

Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Psicologia Social e das Organizações

“Diz-me com quem andas, dir-te-ei quanto bebes!”:
O Papel das Normas Sociais e da Identificação Grupal no
Consumo de Álcool em Estudantes Universitários

Sabina Isabel Estêvão Pereira

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Psicologia Social da Saúde

Orientadora:

Professora Doutora Maria Luísa Soares Almeida Pedroso de Lima, Professora Catedrática
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

“Diz-me com quem andas, dir-te-ei quanto bebes!”

Outubro, 2013

Dedicatória

Para os que estão.
Para quem esteve e já não está
Para aqueles que não estiveram, não estão, mas estarão.
Pois todos eles, sem exceção, têm, tiveram e terão um papel determinante, sem o qual eu não seria
quem sou!

Agradecimentos

Finalmente! É chegado o término de mais esta etapa e, com ele, a hora de prestar os meus agradecimentos a quem fez com que eu aqui chegasse!

Professora Luísa: Em primeiro lugar, obrigada por me ter dado a minha primeira aula do curso, a minha primeira aula de Psicologia Social, e por me ter feito apaixonar por isto. Depois, obrigada pelo respeito, incentivo, reforço, partilha, atenção, e pelo carinho, que demonstrou sempre. Obrigada por me ter resgatado e me ter “obrigado” a terminar isto. E, por fim, obrigada por me ter ajudado a “tirar a ferros” esta tese. Sem si, não teria sido!

Quero agradecer também a todos os restantes Professores, e também colegas, com os quais cruzei o meu caminho, tanto na licenciatura como no mestrado, pois todos vocês, à maneira de cada um, me ensinaram alguma coisa!

Não posso deixar de agradecer a todos os meus amigos mas, em especial, à Joana e à Raquel, porque estiveram lá, sempre! Quando precisei muito, quando precisei pouco, e até quando não precisei. É assim que se veem os verdadeiros: quanto a vocês, não tenho quaisquer dúvidas!

Agradeço ao meu irmão, Victor. Foi ele a pessoa que me fez ver que por muito “escangalhadas” que as coisas estejam há sempre um remédio, melhor ou pior, mas há sempre! E por me ter feito perceber como e porque é que gostamos tanto de uma pessoa que acabamos de conhecer quando me permitiu ser tia. Isaac e Dinis, esta também é para vocês!

Moon, obrigada por me fazeres rir desenfreadamente!

E agora, os mais difíceis...

Mãe e Pai...os últimos são sempre os primeiros!

Obrigada pela educação que me deram e pela pessoa que me ensinaram a ser. Obrigada por nunca esquecerem que tinham uma filha e se preocuparem com a preparação do futuro dela. Obrigada por me terem dado todos os meios necessários, e mais alguns, para chegar até aqui.

Pai: obrigada por me lembrares sempre da importância do conhecimento “o mundo é dos verdadeiramente inteligentes e não daqueles que se julgam espertos!” – acho que aprendi a lição.

Mãe: obrigada por me lembrares sempre que eu consigo “tu podes, assim tu queiras!” – acho que agora já acredito.

Obrigada!

Resumo

O abuso de álcool está relacionado com várias consequências negativas para o indivíduo, os outros e a sociedade em geral. Atualmente, uma das tendências mais preocupantes é o aumento do consumo de álcool entre os jovens e, particularmente, entre os estudantes universitários.

A investigação tem procurado compreender os determinantes do consumo de álcool entre os estudantes universitários de modo a preveni-lo e combatê-lo.

Os resultados obtidos apontam para que as normas sociais (descritivas e prescritivas) sejam um dos maiores preditores do consumo entre os estudantes universitários. Adicionalmente, uma nova linha de pesquisa tem demonstrado que o impacto das normas sociais no consumo é moderado pela identificação com o grupo de referência.

Neste sentido, espera-se que as normas sociais percebidas tenham impacto no consumo, na medida em que quanto mais os participantes perceberem que os outros consomem e aprovam o consumo, mais eles consumirão também. Porém, espera-se também que a identificação com o grupo de referência modere a relação entre as normas percebidas e o consumo, na medida em que o impacto das normas neste será tão mais forte quanto mais os participantes se identificarem com o grupo. Além disso, espera-se que a avaliação que os participantes fazem de um determinado personagem varie consoante o padrão de consumo desse personagem (baixo vs. elevado). Por fim, espera-se que o consumo e as normas descritivas percebidas diminuam ao longo do tempo.

Foi realizado um estudo longitudinal com 287 participantes no tempo 1, divididos pelas Condições Personagem com Padrão de Consumo Baixo vs. Personagem com Padrão de Consumo Elevado; e 124 participantes no tempo 2.

Não foram encontrados quaisquer decréscimos no consumo nem nas normas descritivas entre os 2 tempos de avaliação. Encontraram-se diferenças significativas entre os dias de semana e o fim-de-semana no que respeita ao consumo e às normas.

Os resultados demonstram em geral um maior poder preditivo das normas descritivas do que das prescritivas no consumo. Foi também demonstrado que a identificação com o grupo de referência modera a relação entre as normas e o consumo. Contudo, os resultados dependem do grupo de referência considerado. Adicionalmente, os participantes avaliam ambos os personagens de forma positiva, mas o personagem com padrão de consumo baixo é avaliado de forma significativamente mais positiva que o outro.

Os resultados são discutidos de acordo com o enquadramento teórico, bem como as limitações, os caminhos para a pesquisa futura e as implicações práticas.

Palavras-chave: Consumo de álcool, Normas sociais, Identificação grupal, Estudantes universitários.

Códigos de Classificação (American Psychological Association): 2990 Uso de Álcool e Drogas (Legal); 3020 Processos Interpessoais e de Grupo; 3233 Abuso e Dependência de Substâncias.

Abstract

Alcohol abuse is associated with several negative consequences for the individual, the others and society in general. Currently, one of the most disturbing trends is the increase in alcohol use among young people, and particularly among college students.

Research has sought to find out the determinants of alcohol use among college students, in order to prevent and fight it.

Results suggest that social norms (descriptive and injunctive) are one of the major predictors of alcohol use among college students. Additionally, a new line of research has shown that the impact of social norms on alcohol use is moderated by identification with the reference group.

It is expected that perceived social norms have an impact on alcohol use, since the more participants perceive that others consume and approve alcohol use, the more they consume too. However, it is also expected identification with the reference group to moderate the relationship between perceived norms and alcohol use, since the impact of norms will be stronger for the participants who identify more with the group. Furthermore, it is expected that the evaluation participants make of a certain character varies depending on the pattern of consumption adopted by that character (low vs. high alcohol use). Finally, it is expected that alcohol use and perceived descriptive norms decrease over time.

We conducted a longitudinal study with 287 participants at time 1, distributed by the Conditions: Character with a low pattern of alcohol consumption vs. Character with a high pattern of alcohol consumption ; and 124 participants at time 2.

We did not find any decrease in consumption, nor in the perceived descriptive norms. There were significant differences between week days and weekend with respect to consumption and perceived social norms.

The results demonstrate the existence of differences in the impacts that different types of norms (descriptive and injunctive) have in alcohol use. It was also shown that identification with the reference group moderates the relationship between perceived social norms and alcohol use. However, the results depend on the reference group that is considered . Additionally, participants evaluate both characters in a positive way, but the character with the norms of low alcohol use is rated as significantly more positive than the other.

The results are discussed according to the theoretical framework as well as the limitations, future research and practical implications.

Keywords: Alcohol use, Social norms, Group identification, College students.

Classification Codes (American Psychological Association): 2990 Drug & Alcohol Usage (Legal); 3020 Group & Interpersonal Processes; 3233 Substance Abuse & Addiction.

Índice

	Página
Dedicatória	II
Agradecimentos	III
Resumo	IV
Abstract	V
Índice	VI
Índice de Quadros	VII
Índice de Figuras	IX
Glossário de Siglas	X
Introdução	11
Capítulo I – Contextualização do Problema do Consumo Abusivo de Álcool	12
1. Aspetos Gerais Ligados ao Consumo de Álcool	12
2. O Consumo de Álcool nos Jovens	16
2.1. O Consumo de Álcool nos Jovens Estudantes Universitários	17
Capítulo II – Enquadramento Teórico	19
1. Normas Sociais e Comportamentos de Saúde	21
2. O Efeito Moderador da Identificação Grupal	25
3. Objetivos e Hipóteses	28
Capítulo III – Método	30
1. Participantes	31
2. Cover Story	32
3. Medidas	33
3.1. Consumo do Próprio	33
3.2. Normas Descritivas Percebidas sobre o Consumo	33
3.3. Normas Prescritivas Percebidas sobre o Consumo	34
3.4. Identificação com o Grupo de Referência	35
3.5. Avaliação da Norma de Consumo	35
3.6. Tipicidade da Personagem	36
3.7. Dados Sociodemográficos	36
4. Pré-teste do questionário	37
5. Procedimento	38
Capítulo IV – Resultados	38
1. Consumo do Próprio e Variáveis Sociodemográficas	38
2. Consumo do Próprio: Comparação dos Dias de Semana com o Fim-de-Semana	39
3. Consumo do Próprio: Comparação do T1 com o T2	40
4. Consumo do Próprio: Relação entre o Consumo e o Ano de Ensino	40
5. Normas Descritivas Percebidas sobre o Consumo: Comparação dos Dias de Semana	

com o Fim-de-Semana	42
6. Normas Descritivas Percebidas sobre o Consumo: Comparação do T1 com o T2	43
7. Normas Prescritivas Percebidas sobre o Consumo: Comparação do T1 com o T2	44
8. Normas Prescritivas Percebidas sobre o Consumo: Comparação dos Dias de Semana com o Fim-de-Semana	45
9. Impacto das Percebidas no Consumo do Próprio: Descritivas vs. Prescritivas	45
10. Comparação entre o Consumo do Próprio e as Normas Descritivas Percebidas sobre o Consumo	48
11. Identificação com o Grupo de Referência	49
12. O Efeito Moderador da Identificação com o Grupo de Referência na Relação entre as Normas Descritivas Percebidas e o Consumo do Próprio	50
13. O Efeito Moderador da Identificação com o Grupo de Referência na Relação entre as Normas Prescritivas Percebidas e o Consumo do Próprio	56
14. Tipicidade da Personagem	61
15. Avaliação do Personagem	62
Capítulo V – Discussão	63
1. Consumo do Próprio e Normas Percebidas	64
2. Consumo do Próprio, Normas Percebidas e Identificação Grupal	66
3. Tipicidade e Avaliação da Personagem	68
4. Dias de Semana vs. Fim-de-Semana	68
5. Limitações	69
6. Pesquisa Futura	70
Conclusão	71
Referências	72
Anexo A	77
Anexo B	78
Anexo C	79

Índice de Quadros

Quadro	Página
3.1. Número de Participantes Homens e Mulheres por Ano de Ensino no T1	31
3.2. Número de Participantes Homens e Mulheres por Ano de Ensino no T2	32
3.3. Grupos de Referência Utilizados no Questionário	34
3.4. Cenário de Baixo Consumo de Álcool	36
3.5. Cenário de Elevado Consumo de Álcool	36
4.1. Médias do Consumo do Próprio nos Dias de Semana e ao Fim-de-Semana dos Participantes que Responderam no T1 e no T2	40
4.2. Médias do Consumo do Próprio nos Dias de Semana e ao Fim-de-Semana por Ano	

de Ensino no T1	41
4.3. Médias do Consumo do Próprio nos Dias de Semana e ao Fim-de-Semana por Ano de Ensino no T2	41
4.4. Médias das Normas Descritivas Percebidas, relativas aos Dias de Semana e ao Fim-de-Semana, para os Diferentes Grupos de Referência no T1	42
4.5. Médias das Normas Descritivas Percebidas, relativas aos Dias de Semana e ao Fim-de-Semana, para os Diferentes Grupos de Referência, dos Participantes que Responderam no T1 e no T2	43
4.6. Médias das Normas Prescritivas Percebidas, relativas aos Dias de Semana e ao Fim-de-Semana, para os Diferentes Grupos de Referência, dos Participantes que Responderam no T1 e no T2	44
4.7. Médias das Normas Prescritivas Percebidas, relativas aos Dias de Semana e ao Fim-de-Semana, para os Diferentes Grupos de Referência no T1	45
4.8. Impacto das Normas Descritivas e Prescritivas Percebidas no Consumo do Próprio consoante o Grupo de Referência, no T1	47
4.9. Impacto das Normas Descritivas e Prescritivas Percebidas no Consumo do Próprio consoante o Grupo de Referência, no T2	48
4.10. Médias da Identificação com os Diferentes Grupos de Referência no T1 e no T2	50
4.11. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Descritivas Percebidas e da Identificação com o Grupo de Referência no Consumo do Próprio no T1 – Dados Relativos aos Dias de Semana	51
4.12. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Descritivas Percebidas e da Identificação com o Grupo de Referência no Consumo do Próprio no T1 – Dados Relativos ao Fim-de-Semana	53
4.13. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Descritivas Percebidas e da Identificação com o Grupo de Referência no Consumo do Próprio no T2 – Dados Relativos aos Dias de Semana	55
4.14. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Descritivas Percebidas e da Identificação com o Grupo de Referência no Consumo do Próprio no T2 – Dados Relativos ao Fim-de-Semana	56
4.15. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Prescritivas Percebidas e da Identificação com o Grupo de Referência no Consumo do Próprio no T1 – Dados Relativos aos Dias de Semana	57
4.16. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Prescritivas Percebidas e da Identificação com o Grupo de Referência no Consumo do Próprio no T2 – Dados Relativos aos Dias de Semana	59
4.17. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Prescritivas Percebidas e da Identificação com o Grupo de Referência no Consumo do Próprio no T2 – Dados Relativos aos Dias de Semana	60

4.18. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Prescritivas Percebidas e da Identificação com o Grupo de Referência no Consumo do Próprio no T2 – Dados Relativos ao Fim-de-Semana	61
--	----

Índice de Figuras

Figura	Página
4.1. Consumo do Próprio em função das Normas Descritivas Percebidas em Relação aos Amigos Mais Próximos segundo três níveis da Identificação com os Amigos Mais Próximos – Dados Relativos aos Dias de Semana	52
4.2. Consumo do Próprio em função das Normas Descritivas Percebidas em Relação aos Estudantes típicos do mesmo curso e ano segundo três níveis da Identificação com os Estudantes típicos do mesmo curso e ano – Dados Relativos ao Fim-de-Semana	54
4.3. Consumo do Próprio em função das Normas Prescritivas Percebidas em Relação aos Estudantes típicos do mesmo curso e ano segundo três níveis da Identificação com os Estudantes típicos do mesmo curso e ano – Dados Relativos aos Dias de Semana	58
4.4. Consumo do Próprio em função das Normas Prescritivas Percebidas em Relação aos Estudantes típicos do mesmo curso e ano segundo três níveis da Identificação com os Estudantes típicos do mesmo curso e ano – Dados Relativos ao Fim-de-Semana	59
4.5. Avaliação da Personagem segundo a Condição e o Consumo	63

Glossário de Siglas

- AE's** – Associações de Estudantes
- CDC** – Centers for Disease Control and Prevention
- DDQ** – Daily Drinking Questionnaire
- DNRF** – Drinking Norms Rating Form
- DP** – Desvio Padrão
- EUA** – Estados Unidos da América
- ICD** – International Classification of Diseases
- IDT** – Instituto da Droga e da Toxicodependência, I. P.
- PIB** – Produto Interno Bruto
- SA-IAS** – Social Attraction – Interpersonal Attraction Scale
- SIDA** – Síndrome de Imunodeficiência Adquirida
- SPT** – Stress Pós-Traumático
- UE** – União Europeia
- VIH** – Vírus de Imunodeficiência Humana
- WHO** – World Health Organization

Introdução

“A condição do bom vinho é como a do bom amigo”

(Provérbio Popular)

O álcool faz parte da História da Humanidade e está-lhe intrinsecamente ligado. Os primeiros registos do processo de fabrico do vinho e da sua utilização em celebrações pertencem aos Egípcios e remontam a entre 1000 e 3000 a. C. Na mitologia, os Panteões Grego e Romano possuem, cada um, o seu Deus do vinho, Dionísio e Baco, respetivamente. As referências ao vinho nos Textos Judaico-Cristãos são inúmeras: veja-se, por exemplo, o episódio bíblico onde Jesus transforma água em vinho. Na liturgia católica, o vinho desempenha um papel central: é o sangue de Cristo. Vários escultores, pintores e escritores têm dedicado trabalhos ao vinho como, por exemplo, Ricardo Reis – heterónimo de Fernando Pessoa – na Ode “Não só Vinho, mas nele o Olvido”. Para não falar também de todos os ditados e provérbios de cariz popular que se lhe referem, como é o caso do exemplo no início desta secção.

Nos dias que correm atualmente, a produção de vinho e outras bebidas alcoólicas continua a ter um papel central, principalmente nas sociedades ocidentais. Além do impacto económico da sua produção e exportação está, juntamente com a gastronomia, ligado a questões turísticas. Além disso, as bebidas alcoólicas continuam a fazer parte das celebrações e festividades populares, sendo o seu consumo um ritual associado a comemorações familiares ou sociais.

No entanto, interligados ao consumo de álcool estão os consumos excessivos/abusivos, os quais merecem toda a atenção, pois são um problema extremamente importante e relevante nas sociedades atuais, principalmente nos países desenvolvidos, por todas as consequências nefastas que acarretam.

Com o objetivo de prevenir e combater o abuso e a dependência do álcool, vários têm sido os investigadores que, em diferentes áreas (e.g. Medicina, Psicologia, Sociologia), se têm debruçado sobre esta problemática. Um dos objetivos principais das investigações nesta área tem sido a identificação e compreensão dos fatores que se encontram associados ao abuso e dependência do álcool, uma vez que a identificação dos fatores subjacentes a esses consumos mais prejudiciais desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de intervenções para a sua prevenção e para a promoção de consumos mais saudáveis.

De um modo geral, a investigação tem demonstrado que os consumos abusivos são influenciados pela interação de diferentes fatores biológicos, psicológicos e sociais. Ao nível biológico, estudos genéticos, com filhos de pais alcoólicos, com gémeos e com filhos adotados têm verificado a influência de alguns genes e uma predisposição familiar para o alcoolismo. No que respeita aos fatores psicológicos, a investigação tem verificado, por exemplo, que existem tipos e traços de personalidade que tornam os indivíduos mais vulneráveis ao consumo e a consumos mais abusivos. Finalmente, no que se refere aos fatores sociais, diversos estudos têm demonstrado que a cultura desempenha também um papel fulcral, na medida em que o facto de esta incentivar a

abstinência ou, por outro lado, ser permissiva em relação ao consumo, tem influência na forma como os indivíduos consomem.

Além disso, vários estudos têm também demonstrado que as atitudes e expectativas dos outros em relação ao consumo de um indivíduo, bem como a sua própria percepção sobre o comportamento dos outros significativos para si, isto é, sobre aquilo que eles consomem, influenciam-no a consumir mais, ou menos, consoante aquilo que ele perceber como sendo socialmente praticado, aceite e/ou desejável. Assim, a pertença, ou o desejo de pertencer, a um determinado grupo social também influencia a forma como os indivíduos consomem. É precisamente nesta área, dos fatores sociais que têm influência na problemática do consumo de álcool, que a Psicologia Social da Saúde tem um papel fundamental a desempenhar, ajudando, com a sua abordagem Biopsicossocial, a melhor identificá-los e compreender as suas relações.

Neste trabalho ir-me-ei debruçar sobre a temática do consumo de álcool e, mais especificamente, sobre o papel que as normas sociais e a identificação grupal desempenham no consumo de álcool em jovens estudantes universitários. Neste sentido, o Capítulo I será dedicado à contextualização da problemática do consumo abusivo de álcool na população em geral, a nível mundial, europeu e nacional, sendo apresentados também alguns dados sobre a prevalência dos consumos (primeira secção). Por sua vez, a segunda secção do mesmo Capítulo irá abranger dados ligados ao consumo abusivo de álcool nos jovens em geral e, mais especificamente, nos jovens estudantes universitários. Posteriormente, no Capítulo II, irei fazer um enquadramento teórico da abordagem que decidi adotar, definindo os conceitos e abordando as relações entre eles, bem como uma revisão da literatura existente, apresentando, no fim, os objetivos e as hipóteses. O Capítulo III será dedicado à metodologia adotada, sendo descrito todo o processo de elaboração dos materiais e recolha dos dados. O Capítulo IV apresentará a análise dos dados com todos os resultados obtidos com este trabalho. Por último, no Capítulo V discutirei os resultados apresentados primeiramente confrontando-os com a literatura existente e, simultaneamente, apresentarei propostas para investigações futuras que se queiram debruçar sobre a mesma problemática.

Capítulo I – Contextualização do Problema do Consumo Abusivo de Álcool

1. Aspetos Gerais Ligados ao Consumo de Álcool

Mundialmente, o consumo abusivo de álcool é responsável por cerca de 2,5 milhões de mortes por ano, ou seja, 4% de todas as mortes a nível mundial, ultrapassando as que são atribuíveis a VIH/SIDA, violência ou tuberculose, constituindo-se assim como o oitavo fator de risco de morte (WHO, 2011). Além disso, é também o terceiro maior fator de risco de doença e incapacidade no mundo inteiro, passando para primeiro nos países de médio-rendimento (WHO, 2011). Paralelamente, o consumo abusivo de álcool é reconhecido como uma causa necessária em cerca de 30 códigos de doença do ICD-10 e como um componente causal em mais de 200 (WHO, 2010), estimando-se que cause entre 20% a 50% das cirroses do fígado, epilepsia, envenenamentos,

acidentes de trânsito, violência e vários tipos de cancro, estando associado não só com a incidência destas doenças, mas também com o curso das mesmas (WHO, 2011).

No que respeita ao impacto do consumo de álcool na saúde, a WHO baseia-se no modelo de Rehm et al. (2010) que propõe que esse impacto está relacionado com três dimensões do consumo: o volume de álcool consumido, o tipo de bebida alcoólica que é consumida e, por fim, o padrão de consumo. Relativamente ao volume de álcool consumido, de acordo com os últimos dados disponibilizados pela WHO (2011), mundialmente, em 2005, o consumo de álcool per capita situou-se nos 6,13 litros de álcool puro consumidos por cada pessoa com 15 ou mais anos.

No que concerne ao tipo de bebida alcoólica consumida, globalmente, as bebidas espirituosas compõem 45,7% do consumo, a cerveja 36,3%, o vinho 8,6% e as outras bebidas (tradicionalmente produzidas em casa ou de produção ilegal) compõem os restantes 10,5% do consumo (WHO, 2011).

No que respeita aos padrões de consumo, os dois indicadores mais importantes são a abstinência e o *heavy episodic drinking*. Em termos de abstinência, em 2011, a WHO disponibilizou dados que apontam para que 45% da população mundial nunca consumiu álcool durante a sua vida e 13,1% não consumiu álcool no último ano. Quanto ao *heavy episodic drinking*, este é definido pela WHO (2011) como o consumo de 60 ou mais gramas de álcool puro numa única ocasião durante os últimos 7 dias, e reveste-se de especial importância por ser um indicador determinante das consequências mais imediatas do consumo abusivo de álcool como, por exemplo, os acidentes ou ferimentos. Mundialmente, estima-se que cerca de 11,5% dos consumidores se tenham envolvido em episódios de *heavy drinking* semanalmente (WHO, 2011).

É importante realçar que, embora existam indicadores globais para estas três dimensões do consumo, ou seja, volume de álcool, tipo de bebidas alcoólicas consumidas e padrões de consumo, estes variam muitíssimo a nível mundial. No que diz respeito, por exemplo, à primeira dimensão, existem regiões onde o volume de álcool consumido chega a ser inferior a 2,50 litros per capita (e.g. regiões do norte de África, África Subsaariana, região oriental do Mediterrâneo e regiões do sul da Ásia e do Oceano Índico), e outras onde este chega a ultrapassar os 12,50 litros per capita (e.g. países desenvolvidos, principalmente no Hemisfério Norte e em países como a Argentina, Austrália e Nova Zelândia) (WHO, 2011). Neste âmbito, a região com o maior nível de consumo de álcool no mundo é a UE, com um consumo médio de 11 litros de álcool puro por cada pessoa com 15 ou mais anos, sendo a bebida mais consumida a cerveja (aproximadamente 50%), seguida do vinho (34%) e das bebidas espirituosas (23%) (Anderson & Baumberg, 2006).

No que respeita mais especificamente a Portugal, o nosso país possui um dos consumos per capita mais elevados do mundo – é o terceiro maior consumidor a nível mundial - situando-se, no ano de 2000, nos 10,8 litros de álcool puro consumidos por cada português com 15 ou mais anos, sendo que a bebida mais consumida também é a cerveja (65,3 litros de etanol consumidos nesta forma por habitante), seguida pelo vinho (50 litros de etanol consumidos nesta forma por habitante) e pelas bebidas espirituosas (1 litro de etanol consumido nesta forma por habitante) (Mello, Barrias & Breda, 2001). No entanto, apesar disso, Portugal, em conjunto com a Grécia, a Irlanda, a França e a Bélgica,

são os países europeus com menos estudos especializados realizados sobre o consumo de álcool e problemas relacionados (Simpura et al., 2001, citados por Balsa, Vital & Pascueiro, 2011).

Adicionalmente, verifica-se também uma diferença no que respeita ao sexo. De um modo geral, e através da análise dos dados disponibilizados pela WHO (2011), pode afirmar-se que: 1) os homens consomem mais quantidade de álcool que as mulheres; 2) existem mais mulheres a abster-se do que homens a fazê-lo; e 3) os homens têm uma maior tendência para se envolverem em episódios de *heavy drinking* do que as mulheres. Assim, a nível mundial, 6,2% das mortes de homens são atribuíveis ao álcool contra apenas 1,1% das mortes de mulheres, sendo o consumo abusivo de álcool o maior fator de risco de morte para os homens com idades compreendidas entre os 15 e os 59 anos (WHO, 2011). Na UE, embora a diferença entre homens e mulheres se mantenha, estas percentagens tendem a elevar-se, estimando-se que o álcool seja responsável pela morte ou incapacidade prematura de 12% de homens e 2% de mulheres (Anderson & Baumberg, 2006). Também no que respeita especificamente a Portugal se encontram este tipo de diferenças entre homens e mulheres: em 1993 a mortalidade por cirrose hepática – que pode ser utilizada como um indicador do consumo abusivo de álcool – foi de 39,3% para os homens e de 15,1% para as mulheres (Mello et al., 2001).

Além de todos os impactos que o consumo abusivo de álcool tem na saúde, este também está relacionado com diversas consequências a nível psicossocial como, por exemplo, violência, abuso e negligência de menores, absentismo escolar ou laboral, entre outras (WHO, 2011), o que reflete a necessidade de uma abordagem Biopsicossocial do problema.

Já aqui falamos do impacto que o consumo de álcool tem diretamente na saúde dos indivíduos consumidores, principalmente no que respeita à incidência e curso de doenças como hipertensão, cirrose, cancros (e.g. pâncreas, fígado, da mama no caso das mulheres e das vias aerodigestivas superiores e do trato digestivo no homem), défices de memória, doenças do foro neuropsiquiátrico e cerebrovascular, e também ferimentos, lesões e acidentes, quer sejam intencionais ou não (Ogden, 2004). Estima-se que 3% de todos os cancros sejam atribuíveis ao excesso de álcool e que, por exemplo, a probabilidade de desenvolver cancro do esófago aumente 44 vezes quando o consumo excessivo de álcool é combinado com o do tabaco (Bennet & Murphy, 1999). Além disso, também 20% dos internamentos psiquiátricos e 60% dos suicídios se encontram, em maior ou menor grau, relacionados com o abuso de álcool (Bennet e Murphy, 1999). No que respeita especificamente a Portugal, estima-se que 8% a 10% das mortes de indivíduos entre os 16 e os 74 anos e 6% a 20% das admissões agudas hospitalares estejam ligadas ao consumo excessivo de álcool (Mello et al., 2001). Relativamente aos suicídios, por exemplo, os dados disponíveis em Portugal indicam que se se verificar um aumento de 1 litro no consumo per capita, verificar-se-á um aumento de 10% na taxa de suicídios entre os homens (Mello et al., 2001).

A um nível mais abrangente, o consumo abusivo de álcool pode ser analisado tendo em conta a forma como interfere em papéis e responsabilidades importantes da vida diária dos indivíduos e que se relacionam com a sua família, trabalho, amigos e a sociedade em geral, demonstrando o impacto que o consumo excessivo tem na saúde e bem-estar de outras pessoas além do consumidor (WHO, 2011).

No que respeita mais especificamente às relações familiares, Mello et al. (2001) afirmam que a ação do álcool reflete-se, principalmente, em dois níveis, sendo o primeiro a vida familiar – “dificuldades e carências materiais; perturbações relacionais; deterioração progressiva do lar; e desagregação familiar” (p. 71) – e a segunda a descendência – efeitos tóxicos e psicológicos. De facto, o consumo abusivo de álcool incapacita os indivíduos de cumprirem as suas responsabilidades parentais e leva, muitas vezes, ao abuso e negligência das crianças, as quais sofrem, mais frequentemente que as outras, de atrasos no desenvolvimento, e dificuldades e insucesso escolares (Mello et al., 2001). Neste âmbito, o consumo abusivo de álcool pode, ainda, resultar em problemas de carácter financeiro que venham a afetar a vivência de toda a família (WHO, 2011) e, paralelamente, encontra-se associado a uma maior incidência de episódios de violência doméstica - ligado a cerca de 40% dos incidentes – e de divórcios – ligado a cerca de 30% (Bennet & Murphy, 1999).

Ao nível laboral, se o trabalhador não possuir a total integridade das suas funções intelectuais e neuro motoras poderá comprometer grandemente a sua atividade provocando um aumento no número de acidentes e, simultaneamente, uma diminuição no seu desempenho e rendimento profissional (Mello et al., 2001). Neste sentido, vários exames psicotécnicos e laboratoriais têm demonstrado que o consumo de álcool é responsável por: “atrasos no tempo de reação simples (alongamento de 15% com alcoolémias de 0,15 a 0,35 g/l); atrasos no tempo de reação a estímulos visuais e sonoros; atrasos na velocidade de percepção; perturbações na acuidade visual; perturbações no limiar de fusão de imagens intermitentes; perturbações de acomodação; perturbações do campo visual (ângulo de visão alterado a partir de 0,2 g/l); perturbações da visão estereoscópica (a partir de 0,3 g/l); e perturbações do equilíbrio oculomotor” (Mello et al., 2001, p. 75), provocando, também, alterações em diversas funções psíquicas como, por exemplo, “a atenção; a vigiabilidade; a capacidade de recolha das informações; a velocidade de tratamento das mesmas; a capacidade de raciocínio; a capacidade de fixação e de evocação mnésicas; a falta de crítica; e o gosto de correr riscos” (Mello et al., 2001, p. 75). Estas perturbações são especialmente relevantes no que respeita aos efeitos do consumo de álcool a nível laboral uma vez que as três principais causas de acidentes de trabalho e de viação ligados ao álcool são os “erros de percepção; os erros de decisão (por mau tratamento da informação) e as perturbações do controlo motor” (Mello et al., 2001, p. 76). Neste âmbito, o abuso de álcool afeta não só o indivíduo que consome, reduzindo substancialmente a sua capacidade produtiva e provocando elevado absentismo, mas também os seus colegas de trabalho, uma vez que estes podem ser impelidos a colmatar os seus erros, atrasos ou faltas prejudicando, dessa forma, a sua própria produtividade (WHO, 2011).

Além dos familiares, amigos e colegas de trabalho, o consumo excessivo de álcool pode ter consequências nefastas para pessoas completamente estranhas ao consumidor mas que se vejam envolvidas em acidentes de viação provocados por condutores alcoolizados ou vítimas de algum tipo de crime como, por exemplo, roubo, assalto, homicídio, agressão sexual e contra a propriedade, que seja cometido por indivíduos sob o efeito do álcool (WHO, 2011), e que podem provocar lesões graves e permanentes ou até mesmo a sua morte. Com menos impacto, mas ainda assim revestindo-

se de alguma importância, as pessoas estranhas ao consumidor podem ainda sofrer com agressões e ameaças verbais, ofensas e barulho provocados por indivíduos alcoolizados (WHO, 2011).

O impacto do consumo excessivo de álcool na sociedade pode ser visto como uma consequência direta do que acima ficou exposto. Tornam-se evidentes os custos sociais que as doenças e incapacidades relacionadas com o abuso de álcool acarretam, pois diminuem a capacidade produtiva não só do indivíduo, mas também da sua família que, muitas vezes, é responsável pelos seus cuidados e, além disso, os custos médicos associados acabam por recair sob a alçada do Estado através do sistema de saúde existente (WHO, 2011). Paralelamente, os acidentes e a criminalidade associados ao abuso de álcool trazem consigo custos judiciais que recaem, também, no Estado (WHO, 2011). Neste sentido, Rehm et al. (2009) afirmam que o custo total atribuível ao consumo excessivo de álcool varia entre 1,3% e 3,3% do PIB de um país, sendo que em Portugal, de acordo com Mello et al. (2001), as despesas ao nível da saúde, bem-estar social, transportes e sistema judicial/criminal causadas pelo abuso de álcool, chegam a variar entre 2% e 6% do PIB.

2. O Consumo de Álcool nos Jovens

Apesar de todos os problemas ligados ao álcool e das consequências nefastas que o seu consumo abusivo acarreta, uma das tendências mais preocupantes atualmente é o aumento que se verifica no consumo dos adolescentes e jovens adultos, principalmente no que respeita a padrões de consumo abusivos e prejudiciais, tais como, beber até à embriaguez, *heavy episodic drinking* e *binge drinking* (Lancet, 2008). A nível mundial, os dados da WHO (2008; citada por WHO, 2011) que compararam o ano de 2001 e o ano de 2005 indicam que em 71% dos 73 países abrangidos se verificou um aumento do consumo de álcool nos adolescentes até aos 18 anos de idade, sendo que quando são considerados os jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 25 anos, em 80% dos 82 países abrangidos verificou-se um aumento no consumo.

Relativamente à UE, mais de 90% dos estudantes entre os 15 e os 16 anos admitem já ter experimentado álcool pelo menos uma vez, 13% admitem ter-se embriagado mais de 20 vezes durante a sua vida, e 18% admitem já se ter envolvido em comportamentos de *binge drinking* (Anderson & Baumberg, 2006). Adicionalmente, os dados europeus demonstram que as idades médias do primeiro consumo e da primeira embriaguez são os 12,5 e os 14 anos, respetivamente (Anderson & Baumberg, 2006).

No que respeita mais especificamente a Portugal, embora se tenham verificado aumentos no consumo da maioria dos grupos etários entre 2001 e 2007, sendo a única exceção o grupo dos 25-34 anos, o grupo cujo aumento foi mais acentuado foi o dos jovens entre os 15 e os 24 anos (Balsa et al., 2011). Adicionalmente, é também neste grupo que se verificam os aumentos mais significativos no consumo de bebidas específicas: a cerveja e as bebidas espirituosas apresentaram aumentos de mais de 5% e 6%, respetivamente, situando-se bastante acima do que foi verificado nos restantes grupos etários (Balsa et al., 2011).

O grupo etário dos mais jovens (15-24 anos) é também o que apresenta maior prevalência de consumo dos chamados *alcopops* – bebidas gasosas alcoólicas (WHO, 2011); sumos com álcool (e.g. Redbull com vodka, shots, etc.) (Mello et al., 2001); “bebidas açucaradas, com sabor a fruta e com percentagem de álcool que pode variar entre 4 a 6%” (Agante, 2009) – tendência que se verificava já em 2001 e que se mantém em 2007, sendo este o grupo onde, à semelhança da cerveja e das bebidas espirituosas, se verifica o maior aumento no consumo desse tipo de bebidas (Balsa et al., 2011). Este facto reveste-se de especial importância na medida em que os *alcopops* se encontram particularmente relacionados com padrões de consumo problemáticos como, por exemplo, uma maior frequência de consumo, um início mais precoce do mesmo, uma maior frequência de estados de embriaguez e mais consequências negativas associadas ao consumo (Kraus, Metzner & Piontek, 2010).

Paralelamente, o grupo etário dos jovens entre os 15 e os 24 anos é também aquele onde a diferença entre o consumo de homens e mulheres é menor (apenas 9%), e onde a ocorrência de *binge drinking*, - definido como o “consumo de seis ou mais bebidas alcoólicas na mesma ocasião” (Balsa et al., 2011, p. 86) – em pelo menos uma vez no último ano, é maior (48,3% nos 15-24 anos; 46,3% nos 25-34; 43,5% nos 35-44; 37,2% nos 45-54; e 30% nos 55-64 anos) (Balsa et al., 2011). Neste âmbito, e dada a sua importância, o IDT chega a estabelecer como uma das suas metas específicas para o ano de 2012 “baixar de 48,3% (2007) para 43% a prevalência de consumo *binge* [...] nos jovens entre 15-24 anos” (IDT, 2010).

No que respeita às razões do consumo, os jovens entre os 15 e os 24 anos apontam como principais razões o serem mais sociáveis e existirem amigos a fazê-lo também, seguindo-se a experimentação e a procura de estados de descontração e desinibição, bem como o “beber para relaxar” (Balsa et al., 2011), tornando-se evidente o carácter social do consumo entre os mais jovens. Por outro lado, a razão apontada por este grupo etário para o abandono do consumo é, sobretudo, o não gostar da substância (Balsa et al., 2011), questão que acaba por ser suplantada pelo consumo de *alcopops* que, devido ao seu sabor adocicado, se tornam apelativos para os jovens que não gostem do sabor do álcool (Rodrigues, 2006; citado por Agante, 2009).

Estas tendências de consumo que se verificam nos mais jovens trazem consigo especial relevância, uma vez que quanto mais precoce for o início do consumo de álcool por parte de um indivíduo, maior será a probabilidade do mesmo vir a sofrer de distúrbios a ele associados (Dawson, Goldstein, Chou, Ruan, & Grant, 2008), bem como com outros problemas associados ao álcool, dos quais já se enumeraram vários exemplos neste trabalho, seja a curto, médio ou longo prazo.

2.1. O Consumo de Álcool nos Jovens Estudantes Universitários

Um dos grupos de jovens que se inclui no grupo etário dos 15 aos 24 anos e que se reveste de particular interesse para a problemática do consumo de álcool são os estudantes universitários pois, tal como afirma Grácio (2009), vários estudos apontam para que o facto de se ser um estudante do ensino superior constitui um fator de risco em si mesmo, sendo que alguns dados apontam,

inclusivamente, para prevalências do consumo de álcool mais elevadas nos jovens estudantes universitários do que naqueles que não frequentam a universidade (Johnston et al., 2003, citados por Windle, 2003). Além disso, o consumo abusivo de álcool tem um impacto direto no desempenho académico, verificando-se uma relação inversa entre as notas e o álcool consumido, na medida em que quanto mais álcool beberem, piores serão as notas dos estudantes universitários (Sullivan & Wodarski, 2004). Neste âmbito, verifica-se também que o comportamento de *binge drinking* afeta as taxas de sucesso através do seu efeito no desempenho académico, embora esta relação possa estar a ser afetada por outras variáveis (Sullivan & Wodarski, 2004), uma vez que o consumo de álcool abusivo também pode causar défices nas capacidades cognitivas, perda de aulas, atrasos nos trabalhos académicos, perda de memória e menor envolvimento no curso o que, por sua vez, pode levar a um pior desempenho académico (Porter & Pryor, 2007).

Em Portugal, a população universitária não é abrangida por estudos nacionais, estando incluída no grupo mais abrangente dos jovens, no entanto, têm-se verificado esforços de alguns investigadores que têm procurado responder à necessidade da obtenção de dados mais completos sobre esta população específica. Por exemplo, Leite et al. (1998, citados por Grácio, 2009) verificaram que, entre os estudantes de Ciências Farmacêuticas de Coimbra, 30% dos homens e 8% das mulheres já se embriagaram mais de 20 vezes, as bebidas que mais consomem são a cerveja e as bebidas destiladas, e os locais de consumo mais usuais são os bares, as discotecas e as casas de amigos. Também Galhardo, Cardoso e Marques (2006; citados por Grácio, 2009) verificaram que dos 517 estudantes universitários de Coimbra inquiridos, 71,8% consome álcool, na sua maioria “duas vezes por semana” nos rapazes (39,6%) e “uma a duas vezes por mês” nas raparigas (38,5%). Em ambos estes estudos, as razões apontadas para o consumo são “o melhor desfrutar dos gostos e da noite, o efeito de relaxamento e desinibição, o divertimento e o prazer” (Leite et al., 1998; e Galhardo et al., 2006; citados por Grácio, 2009, p. 48). No entanto, como se pode verificar pelos exemplos apresentados, a maioria dos estudos realizados em Portugal são de carácter epidemiológico e não podem ser generalizados à população universitária portuguesa pois têm-se centrado em universidades específicas como é o caso da Universidade de Coimbra.

No que respeita à associação do consumo de álcool com a adoção de comportamentos de risco os dados da *National College Health Risk Behavior Survey* (CDC, 1997, citado por Windle, 2003) indicam que, nos EUA 27,4% dos estudantes universitários inquiridos afirmam ter conduzido depois de ter consumido álcool, 30,5% afirmam ter consumido álcool enquanto andavam de barco ou nadavam, 35,1% afirmam ter andado de carro com um condutor embriagado e 16,6% afirmam ter consumido álcool ou outras drogas durante a sua última relação sexual.

Adicionalmente, os estudantes não consumidores e as próprias instituições académicas acabam por também sofrer as consequências do consumo de álcool por parte de outros estudantes, verificando-se que o consumo de álcool na universidade prediz lesões, agressões, danos à propriedade e mortalidade (Martinez, Sher & Wood, 2008), bem como se encontra relacionado com interrupções do sono e do estudo, vômitos em espaços públicos e adoção de comportamento inapropriados em público (Porter & Pryor, 2007). Em Portugal, os dados recolhidos por Breda et al.

(1998, citados por Mello et al., 2001) indicam que 20% dos jovens universitários e do ensino politécnico apresentam história de Problemas Ligados ao Álcool.

Os estudantes universitários encontram-se, muitas vezes, em situações associadas a transições de papel como, por exemplo, estarem a viver longe da família nuclear pela primeira vez, coabitarem com outros estudantes e, por conseguinte, não ter muita supervisão de adultos, o que potencia o consumo e o abuso de álcool (Windle, 2003). Além disso, o contexto em que se veem envolvidos, com novos fatores institucionais e sociais em jogo (e.g. praxes, festas universitárias, queima da fitas) pode, frequentemente, criar condições para que se envolvam em consumos nocivos, como é o caso dos episódios de *heavy* ou *binge drinking* (Windle, 2003). Neste âmbito, Martinez et al. (2008) verificaram que a frequência de eventos e festas universitárias ligadas às fraternidades/irmandades (populares nos EUA), a eventos desportivos e festas fora do campus universitário (em casa de colegas, por exemplo), bem como a frequência de bares e discotecas estão associadas a níveis mais elevados de *heavy drinking*. Deste modo, tal como afirmam Sullivan & Wodarski (2004), torna-se especialmente importante o papel dos pares no consumo de álcool nos estudantes universitários.

Por tudo o que acima fica exposto, pode afirmar-se a premência da abordagem do consumo de álcool nos jovens e, mais especificamente, nos jovens universitários devido a todas as consequências que o consumo, mesmo a níveis menos elevados, pode acarretar a curto, médio e longo prazo para a vida do próprio e dos outros.

Depois da contextualização do problema do consumo abusivo de álcool neste Capítulo, o Capítulo que se segue dedicar-se-á ao enquadramento teórico que foi adotado para a abordagem deste tema no presente trabalho.

Capítulo II – Enquadramento Teórico

A abordagem ao problema do consumo abusivo de álcool tem passado por diferentes fases. Numa primeira fase, ainda no século XVII, o Modelo Moral era o modelo dominante, encarando o consumo excessivo como uma responsabilidade e uma escolha pessoal, sendo o alcoolismo um comportamento castigável – e não tratável – e o alcoólico alguém que fez uma escolha de adotar um comportamento de abuso (Ogden, 2004). Assim, o problema era visto como qualquer outro ato de transgressão que requer uma punição assente na sua sanção legal, sendo que a intervenção sobre o problema operava-se através dos sistemas legislativo, judicial e policial (Pillon & Luis, 2004).

Numa segunda fase, durante o século XIX, surge o primeiro conceito de doença em relação às dependências, ou seja, a sua primeira abordagem biomédica, passando a encarar-se o alcoolismo como uma doença da qual os consumidores excessivos eram vítimas, pois o álcool passou a ser visto como uma substância viciante – o problema – e os alcoólicos como alguém que sucumbia passivamente à influência deste e que, por conseguinte, era necessário tratar (Ogden, 2004). Assim, a causa desta doença, como era considerado o alcoolismo, estava relacionada apenas com fatores genéticos, biológicos e estruturais de natureza química (Pillon & Luis, 2004).

Posteriormente, no século XX, principalmente durante a sua primeira metade, surge um segundo conceito de doença que, embora continuasse a enfatizar a necessidade do tratamento dos indivíduos dependentes, retirou o ónus da “culpa” da dependência da substância e voltou a colocá-lo no indivíduo – consumidor excessivo de forma ativa – o qual sofria de uma doença (Ogden, 2004). É também nesta fase que ganha popularidade o conceito de alcoolismo enquanto doença proposto por Jellinek (1960, citado por Babor, s.d.) e que dividia os alcoólicos em função do seu consumo, apresentando uma tipologia que os designava por Alfa, Beta, Gama, Delta ou Epsilon (Edwards, 1992, citado por Marques, 2001).

O Modelo Biomédico ou de Doença continua, ainda nos dias de hoje, a ser utilizado e enfatizado por muitos investigadores e práticos, porém, são vários os problemas que lhe podem ser apontados. Um primeiro problema relaciona-se com a sua perspetiva de tratamento através da abstinência total e absoluta durante o resto da vida do indivíduo (Miller & Chappel, 1991), o que é muito raro e extremamente difícil de atingir. Em segundo lugar, essa perspetiva de tratamento não abarca a possibilidade de recaída, podendo mesmo, dessa forma, promovê-la, pois pode encorajar expectativas e objetivos irrealistas em relação à abstinência que acabam por nunca ser atingidos (Ogden, 2004). Por fim, o modelo falha ao não conseguir explicar os casos de indivíduos que, após períodos de consumos abusivos, voltam a padrões de consumo mais moderados, o que é contraditório com aquilo que o modelo preconiza.

A partir da década de setenta, com o advento do comportamentalismo e da teoria da aprendizagem social, a visão das dependências e dos comportamentos excessivos como doenças foi posta em causa. Comportamentos como o consumo abusivo de álcool começaram a ser equiparados a qualquer outro comportamento, ou seja, passaram a ser vistos como sendo consequência de um processo de aprendizagem (Ogden, 2004). Desta forma, o tratamento dos comportamentos abusivos pode envolver a abstinência total ou a reaprendizagem de padrões de comportamento mais normativos, isto é, mais moderados, pois considera-se que os comportamentos abusivos também são reversíveis e podem ser desaprendidos (Sanchez-Craig & Wilkinson, 1989, citados por Marques, 2001).

Esta evolução vem realçar o facto de o comportamento dos indivíduos ser influenciado pelas suas interações com o meio e com os outros, alertando para o papel que fatores psicológicos e sociais, além dos biológicos, podem desempenhar no início, desenvolvimento e cessação de qualquer comportamento. Desta forma, promove-se uma mudança de paradigma, pois o Modelo Biomédico dá lugar a uma Perspetiva Biopsicossocial, sendo nesse âmbito que vários estudos têm procurado identificar quais os fatores psicológicos e sociais que têm impacto no comportamento, bem como qual a dimensão desse impacto (Verkooijen, de Vries & Nielsen, 2007). Tal como afirma Grácio (2009) “a compreensão dos fatores que influenciam o consumo de álcool é importante para perceber como se desenvolvem os problemas ligados a este, e como poderão ser prevenidos e controlados” (p. 16).

Vários estudos no campo da Psicologia da Saúde e da Psicologia Social têm procurado desvendar quais os motivos cognitivos e sociais que podem levar ao consumo de substâncias, como o álcool, por parte dos jovens (Verkooijen et al., 2007). De facto, é importante salientar que devido ao

papel social do consumo de álcool, este é parte intrínseca da convivialidade entre os indivíduos, inclusive entre os jovens e os seus grupos (Settertobulte, Jensen & Hurrelmann, 2001), sendo na grande maioria das vezes consumido na presença de outros.

Tendo em conta que a interação com os pares é fundamental na adaptação ao contexto universitário, uma vez que estes são encarados enquanto modelos de ação e compõem uma oportunidade de socialização, concluiu-se que os jovens estudantes universitários acabam por consumir pois o álcool está presente na cultura académica e na maioria das atividades e interações sociais entre os estudantes (Grácio, 2009) como, por exemplo, festas académicas e queimas das fitas. De facto, tal como afirmam Borsari & Carey (2001), os estudantes que acabaram de integrar a universidade podem ser os alvos mais vulneráveis à influência dos outros no sentido de consumirem álcool para facilitar as interações, pois podem sentir a necessidade de fazer novas amizades, uma vez que se encontram num ambiente totalmente novo e, muitas vezes, afastados da sua família e amigos.

Apesar de muita da investigação se ter dedicado à identificação de fatores individuais associados ao consumo de álcool (e.g. desencandadores do desejo de beber, expectativas positivas/negativas, expectativas de resultados e pistas situacionais – Scheier, Lapham & Baca, 2008; fatores de personalidade [desespero, sensibilidade à ansiedade, busca de sensações, impulsividade] – Stewart, McGonnel, Wekerle, & Adlaf, 2011; risco individual – Cleveland, Feinberg, & Jones, 2012; personalidade – Littlefield, Vergés, Wood, & Sher, 2012; saúde psicológica [SPT, depressão] e traços de personalidade [agradabilidade, consciência e extroversão] – Skomorovsky & Lee, 2012; avaliações subjetivas das consequências do comportamento – Merrill, Read, & Barnett, 2013) existe também um corpo cada vez mais consistente de pesquisa que salienta o papel de fatores sociais na determinação destes comportamentos. De facto, os modelos clássicos sociocognitivos incluem, na determinação dos comportamentos de saúde, tanto variáveis individuais (atitudes, controlo comportamental percebido) como sociais (norma subjetiva). Neste trabalho, levamos esta perspetiva um pouco mais longe, salientando o papel das normas sociais e da identificação grupal nestes processos de consumo.

Assim, nas secções seguintes deste Capítulo será apresentada uma revisão de literatura sobre o papel das normas sociais e da identificação grupal no consumo de álcool em jovens estudantes universitários.

1. Normas Sociais e Comportamentos de Saúde

Desde há décadas, uma das linhas que tem guiado os estudos em Psicologia Social tem sido a pesquisa sobre normas sociais. Depois de anos e anos de investigação sobre o tema, os autores chegaram a um consenso sobre a influência preponderante das normas sociais, sendo muitos os estudos que demonstraram que estas não só induzem à ação, como também guiam o comportamento dos indivíduos (e.g. Deutsch & Gerard, 1955; Asch, 1956; Milgram, Bickman & Berkowitz, 1969; Cialdini, Reno & Kallgren, 1990; Schultz, 1998; Aarts & Dijksterhuis, 2003; Cialdini &

Golstein, 2004; Cialdini, 2005; Schultz, Nolan, Cialdini, Goldstein & Griskevicius, 2007; Goldstein & Cialdini, 2009, 2011).

De acordo com Jesuíno (2006):

Ao nível individual as normas de grupo são as expectativas que os membros têm sobre o que deve e não deve ser permitido a um determinado membro e em circunstâncias específicas (...) e constituem um dos mais importantes mecanismos de controlo social do comportamento dos indivíduos. [Enquanto que] ao nível de grupo (...) são expectativas compartilhadas sobre o desempenho do grupo (...) e são invocadas para corrigir um comportamento desviado, (...) funcionam como mediadores das interações [e os membros podem] invocar uma norma partilhada para comunicar a um membro do grupo que ele pode atuar de determinada forma (...) sendo simultaneamente causa e efeito dos processos de influência social, tais como pressões para a conformidade e para a convergência. (p. 325 e 326).

Assim, os estudantes que perceberem o consumo excessivo de álcool como um comportamento normativo que faz parte do estilo de vida dos universitários, acreditando que estes consomem grandes quantidades de álcool e aprovam o seu consumo, podem considerar aceitável adotarem comportamentos de consumo excessivos de forma a conformarem-se com as normas do grupo, uma vez que se não o fizerem correm o risco de ser rejeitados e ficarem isolados socialmente (Jasinski & Ford, s.d.; Halim, Hasking & Allen, 2012). De facto, tal como afirmam Conner, Smith e Mc Millan (2003, citados por Fugas, 2010) as normas percebidas têm uma grande influência nas atitudes e comportamentos de saúde.

Contudo, tendo chegado a um consenso sobre “o que as normas sociais fazem”, vários autores procuram agora determinar “quando é que o fazem” – em que circunstâncias é que o seu impacto no comportamento é maior – e “como é que o fazem” – de que forma é que diferentes tipos de normas influenciam o comportamento (Goldstein & Cialdini, 2009, 2011).

Assim, vários autores, de acordo com a *Focus Theory of Normative Conduct* de Cialdini et al. (1990), têm defendido que quando se trata da influência social das normas no comportamento é fundamental separar as normas descritivas das normas prescritivas (Fugas, 2010), uma vez que, tal como defendem Cialdini et al. (1990) as normas podem ter, pelo menos, dois significados, ou seja, podem referir-se “àquilo que é feito” (norma descritiva) ou “àquilo que deve ser feito” (norma prescritiva).

Quanto às normas descritivas, Cialdini et al. (1990) definiram-nas como as perceções que os indivíduos têm acerca da prevalência de um determinado comportamento. Podem ser definidas enquanto crenças que os membros de um grupo possuem acerca daquilo que os outros realmente fazem (Phua, 2013), “e motivam a ação dos indivíduos informando-os daquele que é provavelmente o comportamento mais eficaz ou adaptativo numa dada situação” (Goldstein & Cialdini, 2011, p. 171). Assim, resumidamente, são as perceções dos indivíduos acerca dos comportamentos dos outros (Ferrer, Dillard & Klein, 2012).

No que respeita às normas prescritivas, estas definem qual o comportamento a adotar numa determinada situação, isto é, fornecem informação acerca daquilo que deve ser feito (Cialdini et al., 1990). Baseiam-se nas crenças morais e caracterizam a aprovação ou desaprovação que os membros de um grupo dão a um determinado comportamento (Phua, 2013), motivando-o através de sanções sociais informais (Goldstein & Cialdini, 2011) como, por exemplo, rejeição e isolamento social. De forma resumida, as normas prescritivas são as perceções dos indivíduos acerca das atitudes dos outros (Ferrer et al., 2012).

Deste modo, no que se relaciona mais especificamente com o consumo de álcool nos jovens estudantes universitários, as normas descritivas percebidas sobre o consumo referem-se à prevalência percebida do comportamento de consumo (e.g. número de bebidas alcoólicas consumidas ou frequência do consumo nos estudantes universitários), enquanto que as normas prescritivas percebidas sobre o consumo se referem à perceção da medida em que os universitários aprovam e/ou aceitam o consumo de álcool (e.g. aprovação/aceitação percebida de determinadas consequências associadas ao consumo) (Lewis, Neighbors, Geisner, Lee, Kilmer, & Atkins, 2010).

Neste âmbito, de um modo geral, a literatura tem demonstrado que o impacto das normas descritivas no comportamento é superior ao impacto das normas prescritivas (e.g. Cialdini, 2005; Neighbors, Lee, Lewis, Fossos & Larimer, 2007; Fugas, Silva & Mélia, 2011). Por exemplo, Goldstein, Cialdini e Griskevicius (2005, citados por Cialdini, 2005) demonstraram que quando os participantes recebiam uma mensagem que salientava a norma descritiva (e.g. “Junte-se aos seus concidadãos para ajudar a salvar o meio ambiente”) a probabilidade de realizarem o comportamento desejado (e.g. reutilizar as toalhas no hotel) aumentava, em média, 28,4% por comparação a quando recebiam mensagens com outros conteúdos, nomeadamente mensagens que salientavam normas prescritivas (e.g. “Ajude a salvar os recursos naturais para a gerações vindouras” seguida de informação sobre a importância de poupar energia para o futuro).

Mais recentemente, tendo em conta a distinção que é feita entre os dois tipos de normas, alguns autores têm defendido que as normas descritivas e as normas prescritivas influenciam o comportamento por diferentes vias (Cialdini, 2003; Cialdini, 2005; Scultz et al., 2007). Assim, quando, por um lado, os indivíduos se focam nas normas descritivas não chegam a fazer um processamento cognitivo elaborado da informação relevante, baseando-se na aplicação de regras heurísticas como “Devo fazer aquilo que os outros fazem” para guiar a sua ação, as quais dependem apenas da simples observação do comportamento dos outros em determinada situação (Goldstein & Cialdini, 2009). Por outro lado, quando os indivíduos se focam nas normas prescritivas é necessário algum processamento cognitivo da informação, pois esta está relacionada com a compreensão das regras morais da cultura em questão, isto é, o indivíduo tem que pensar sobre qual é o comportamento aprovado pelos outros indivíduos (Goldstein & Cialdini, 2009).

Assim, dois aspetos centrais da *Focus Theory of Normative Conduct* (Cialdini et al., 1990) são: 1) as normas só têm influência no comportamento quando estão salientes; e 2) a ativação de diferentes tipos de normas (descritivas ou prescritivas) pode levar a comportamentos diferentes.

Tal como exemplificou Cialdini (2005) quando a informação normativa acerca da prevalência de um comportamento (norma descritiva) transmite aos indivíduos a ideia de que esse

comportamento é amplamente realizado pelas outras pessoas (e.g. numa intervenção com o objetivo de reduzir os roubos de madeira no Canada informam-se os indivíduos de que o roubo de madeira é um problema generalizado pois existem muitas pessoas a fazê-lo), essa abordagem terá o efeito contrário ao que era pretendido na medida em que os indivíduos que têm um comportamento abaixo daquilo que é referido pela norma descritiva irão regular o seu comportamento para que este se aproxime mais daquilo que é a norma (e.g. aqueles que nunca roubaram madeira podem sentir-se mais à vontade para fazê-lo uma vez que toda a gente o faz).

No que respeita ao consumo de álcool em estudantes universitários, a maioria das intervenções normativas realizadas baseia-se em dois pressupostos: 1) os estudantes universitários sobrestimam tanto a quantidade e a frequência (norma descritiva) do consumo de álcool por parte dos outros (Baer, Stacy & Larimer, 1991; Borsari & Carey, 2003; Perkins, 2002, 2003; Larimer, Turner, Mallet, & Geisner, 2004; Lewis & Neighbors, 2004); e 2) os indivíduos utilizam as normas percebidas como padrões em relação aos quais comparam o seu próprio comportamento (e.g. Baer et al., 1991). Uma intervenção normativa fornece informação acerca da norma descritiva de consumo, apresentando uma estimativa mais baixa do que aquela que é considerada pelos indivíduos, e que deve servir como base de comparação em relação ao seu próprio consumo. Assim, tal como afirmam Schultz et al. (2007), a norma descritiva irá funcionar como um íman tanto para aqueles que se situam acima, como para aqueles que se situam abaixo, ou seja, embora consiga reduzir o consumo daqueles que consumiam mais do que a norma descritiva apresentada, esta intervenção irá também provocar um aumento no consumo daqueles que consumiam menos que a norma e que sentem a necessidade de regular o seu comportamento de forma a estar mais de acordo com a norma entre os estudantes universitários.

No entanto, Schultz et al. (2007) demonstraram que é possível evitar este tipo de problemas através da utilização das normas prescritivas. No seu estudo, os indivíduos cujo comportamento se situava abaixo da norma e que receberam apenas uma mensagem com a norma descritiva, regularam o seu comportamento para que este fosse ao encontro da norma. Porém, os indivíduos cujo comportamento se situava abaixo da norma mas que receberam uma mensagem onde a norma descritiva era acompanhada pela norma prescritiva de aprovação do comportamento abaixo da norma, não tiveram alterações significativas no seu comportamento, podendo afirmar-se que a norma prescritiva funcionou como um amortecedor para os efeitos da norma descritiva (Schultz et al., 2007).

No entanto, os resultados obtidos por Schultz et al. (2007) acontecem devido à incongruência entre a norma descritiva e a norma prescritiva apresentadas. O que acontece quando a norma descritiva e a norma prescritiva são congruentes?

Tal como afirma Rimal (2008) quando os indivíduos percebem que os outros, além de terem um determinado comportamento (norma descritiva), também, simultaneamente, aprovam a realização desse comportamento (norma prescritiva), é ainda mais provável que adotem esse mesmo comportamento. Assim, a probabilidade de um indivíduo realizar um determinado comportamento aumenta quando ele percebe que os outros realizam esse comportamento (norma descritiva), e irá aumentar mais ainda quando ele percebe que eles aprovam a realização desse comportamento (norma prescritiva) (Rimal., 2008). No sentido inverso, se os indivíduos perceberem que os outros

não realizam um determinado comportamento, nem aprovam a sua realização, eles próprios não se envolverão no comportamento em questão (Rimal, 2008). No seu estudo, Rimal (2008) demonstrou que, de facto, os estudantes universitários que acreditam que os seus pares consomem grandes quantidades de álcool, também acreditam que se espera que eles tenham o mesmo comportamento.

Desta forma, a literatura parece ter encontrado um caminho através do qual se começa a dar resposta à pergunta “como é que as normas influenciam o comportamento?”, deixando então a questão sobre “quando é que o fazem?”.

2. O Efeito Moderador da Identificação Grupal

Na tentativa de dar resposta à questão “quando é que as normas influenciam o comportamento?”, vários autores têm centrado os seus esforços em perceber como é que as teorias da identidade social (Terry & Hogg, 1996, citados por Neighbors et al., 2010) e da auto categorização (Turner, Hogg, Oakes, Reicher & Wetherell, 1987, citados por Neighbors et al., 2010) podem ajudar a explicar os diferentes níveis de impacto que as normas sociais têm no comportamento.

De facto, de acordo com a perspetiva da identidade social e da auto categorização o comportamento é influenciado pelas normas dos grupos de referência, mas isso só acontece para aqueles indivíduos que consideram a pertença grupal como algo saliente e importante para a sua autorrepresentação (e.g. Ellemers, Spears, & Doosje, 2002; Hogg, 2003; White, Hogg & Terry, 2002, citados por Goldstein & Cialdini, 2009), o que depende do significado do grupo para o indivíduo e da medida em que este se identifica com esse grupo (e.g. Terry, Hogg & White, 1999, citados por Goldstein & Cialdini, 2011).

Os pares parecem ser o grupo de referência mais importante a nível universitário (Perkins, 1997, citado por Jasinski & Ford, s.d.) e, adicionalmente, a literatura tem demonstrado que as normas descritivas percebidas em relação aos pares são um dos melhores preditores do consumo em estudantes universitários (Neighbors et al., 2007). Vários estudos têm demonstrado que os estudantes que reportam normas descritivas percebidas de consumo mais elevadas, ou seja, que percecionam que os seus pares consomem elevados níveis de álcool, também reportam níveis de consumo próprio mais elevados e frequentes, bem como experimentam mais consequências negativas associadas ao álcool (Borsari & Carey, 2001, 2003; Lewis & Neighbors, 2004; Neighbors, Dillard, Lewis, Bergstrom, & Neil, 2006). Assim, torna-se bastante preocupante que os estudantes universitários considerem que os seus pares consomem mais do que aquilo que eles realmente bebem (Neighbors et al., 2008).

No entanto, os estudos que têm procurado estabelecer o mesmo tipo de relações entre as normas prescritivas percebidas e os comportamentos de consumo de álcool não têm tido resultados tão consistentes como os estudos com normas descritivas (Lewis et al., 2010). Por um lado, os estudos onde as normas prescritivas se referem a grupos mais próximos e importantes (e.g. família e amigos) demonstram que os estudantes universitários que percecionam elevada aprovação do consumo de álcool por parte desses grupos apresentam níveis mais elevados de consumo e mais

consequências negativas a ele associadas (Chawla et al., 2007; Kuther & Higgins-D' Alessandro, 2003; Neighbors et al., 2007), o que é consistente e similar ao que tem sido demonstrado relativamente às normas descritivas. Por outro lado, os estudos cujos grupos de referência são mais distantes e menos importantes (e.g. estudantes universitários) têm demonstrado resultados contraditórios, ou seja, quanto mais os estudantes percebem aprovação e aceitação do consumo por parte desses grupos, menos consomem e menos sofrem com consequências negativas associadas ao consumo (Chawla et al., 2007; Neighbors et al., 2008).

Vários autores têm-se debruçado sobre estas inconsistências e incongruências encontradas na literatura e têm procurado explicar os processos subjacentes ao impacto que diferentes grupos de referência têm na relação entre as normas e o consumo de álcool.

Neste sentido, Reed, Lange, Ketchie & Clapp (2007) defendem que, uma vez que as normas prescritivas definem aquilo que é socialmente aprovado pelos outros, então a sua influência no consumo de álcool será mais forte para os indivíduos que se identificam fortemente com o grupo acerca do qual a norma é percebida. Do mesmo modo, Miller & Prentice (1996; citados por Reed et al., 2007) afirmam que os indivíduos utilizarão informação normativa quando aqueles que são representados por ela foram semelhantes a si e partilharem uma categoria de pertença (e.g. grupo social). De facto, tal como afirmam Carter & Kahnweiler (2000) os estudantes universitários são mais influenciados por pessoas dentro da sua rede social o que, em conjunto com os resultados encontrados na literatura, “sugere que a identificação com o grupo normativo de referência pode ter um papel importante” (Lewis et al., 2010, p. 178) na relação entre as normas percebidas e o consumo de álcool nos estudantes universitários.

Neste sentido, vários autores têm demonstrado que a identificação com alguns grupos de referência tem impacto na relação entre as normas descritivas e prescritivas e o consumo de álcool em estudantes universitários, na medida em que as normas de um grupo socialmente relevante predizem o consumo tanto mais quanto mais os indivíduos se identificam com esse grupo (e.g. Johnston & White, 2003; Rimal, 2008; Larimer et al., 2011).

Reed et al. (2007), por exemplo, procuraram examinar se a identificação social modera a relação entre normas prescritivas e o consumo de álcool em estudantes universitários, quando se utilizam diferentes grupos de referência. Estes autores demonstraram que quanto maior a identificação com amigos e pares, maior a associação entre normas prescritivas percebidas pelos universitários em relação ao grupo de referência em questão e o consumo de álcool desses mesmos universitários, sendo que a relação de moderação só não foi significativa no grupo de referência dos membros de fraternidades/irmandades (Reed et al., 2007).

Por seu turno, Neighbors et al. (2010) realizaram o mesmo tipo de estudo, mas com normas descritivas. Os resultados encontrados por estes autores demonstraram o papel moderador da identificação com: 1) estudantes do mesmo sexo, 2) estudantes da mesma raça, e 3) estudantes da mesma fraternidade/irmandade, na relação entre as normas descritivas percebidas em relação a esses grupos e o consumo de álcool em jovens universitários (Neighbors et al., 2010). Neste estudo, apenas o grupo dos estudantes típicos não apresentou relação de moderação significativa (Neighbors et al., 2010).

Porém, estes resultados continuam a deixar em aberto a questão de quais os grupos de referência que têm importância para os estudantes universitários e em que medida as normas percebidas variam de acordo com a especificidade do grupo de referência (e.g. grupo de referência mais geral como o estudante universitário típico vs. grupo de referência mais específico) (Larimer et al., 2011). Neste âmbito, de um modo geral, os resultados encontrados na literatura apontam para que os estudantes universitários tendem a sobrestimar as normas tanto mais quanto mais distante for o grupo de referência, ou seja, os universitários percebem os membros dos grupos de referência mais distantes como consumindo mais álcool e aprovando mais o seu consumo do que os membros de grupos de referência mais próximos, sendo que as suas percepções vão-se tornando mais próximas da realidade quanto mais próximo for o grupo a que se referem (Larimer et al., 2011).

Contudo, outros autores, como Ferrer et al. (2012) propõem que a forma como as normas percebidas (e também as atitudes) se relacionam com o consumo de álcool em estudantes universitários pode ser explicada utilizando a teoria da regulação do desvio (Blanton, Stuart & Vandeneijnden, 2001; Blanton & Christie, 2003), que preconiza que os indivíduos podem criar identidades significativas desviando-se das normas do grupo para adotar comportamentos que percecionam como sendo mais desejáveis socialmente (Blanton et al., 2001; Blanton & Christie, 2003). Assim, há situações em que os indivíduos estão motivados para se envolverem em comportamentos contra normativos (que vão contra a norma do grupo) para criarem uma identidade social positiva agindo de modo desviante, uma vez que esses comportamentos são percebidos como socialmente desejáveis (Ferrer et al., 2012). Por exemplo, embora os estudantes universitários percecionem que os seus pares se envolvem em consumos elevados e aprovam esse tipo de consumos, eles podem escolher envolver-se em consumos mais moderados uma vez que, simultaneamente, percebem que esses consumos mais moderados são mais bem vistos pela sociedade em geral.

Assim, Ferrer et al. (2010) realizaram um estudo longitudinal, com 3 tempos de medida, para examinar como as atitudes e comportamentos associados com o álcool estão relacionados com as normas descritivas e prescritivas ao longo do tempo, explorando a projeção, conformidade e desvio como hipóteses explicativas dos resultados. Os autores demonstraram que no primeiro ano de universidade o comportamento dos participantes caracterizava-se por conformidade (ocorre quando as normas descritivas/prescritivas influenciam as atitudes e o comportamento do indivíduo [Asch, 1951, citado por Ferrer et al., 2012]) e projeção (ou falso consenso – quando os indivíduos inferem que a posição dos outros relativamente a um determinado assunto é igual à sua [Krueger & Clement, 1997, citados por Ferrer et al., 2012]) (Ferrer et al., 2012).

Quanto ao segundo ano, os autores identificaram uma mudança no padrão de resultados pois o comportamento de consumo foi caracterizado por desvio à norma, sendo que os participantes que percecionavam normas descritivas mais elevadas eram aqueles que apresentavam níveis mais baixos de consumo (Ferrer et al., 2012). O consumo de álcool diminuiu, em média, à medida que os participantes progrediram na universidade, enquanto que as normas prescritivas e as atitudes se tornaram mais estáveis à medida que os participantes se desviavam da norma (Ferrer et al., 2012).

Contudo, é importante realçar que os resultados alcançados por Ferrer et al. (2012) também demonstraram um decréscimo significativo nas normas descritivas ao longo do tempo, bem como uma tendência (embora não significativa) para as normas prescritivas também diminuírem ao longo do tempo. Além disso, podemos ainda apontar o facto de os autores não terem utilizado nenhuma medida que revelasse a perceção dos indivíduos relativamente à desejabilidade social da redução do consumo. Adicionalmente, e mais importante, podemos também referir o facto de os autores terem medido as normas relativamente a apenas um grupo de referência – estudantes típicos da universidade onde foi realizado o estudo – e não terem medido até que ponto é que os participantes se identificavam com esse grupo.

3. Objetivos e Hipóteses

Tendo em conta o enquadramento teórico que foi delineado acima, os objetivos que se pretende atingir com o desenvolvimento deste trabalho são:

- Examinar a tendência de consumo de álcool em jovens universitários portugueses, e se se verifica uma redução no consumo ao longo da sua evolução no percurso académico;
- Examinar as normas descritivas e prescritivas percebidas dos estudantes universitários relativamente ao consumo de álcool, bem como a sua evolução ao longo do percurso académico;
- Examinar se os estudantes universitários percebem a redução do consumo de álcool como um comportamento socialmente desejável através da avaliação que fazem das normas de consumo;
- Examinar se a identificação com diversos grupos de referência, que variem no grau de especificidade, modera a relação entre as normas descritivas e prescritivas percebidas e o consumo de álcool nos estudantes universitários.

Assim, de acordo com os resultados encontrados por Ferrer et al. (2012), e de modo consistente com pesquisas anteriores (Neighbors et al., 2006), que indicam que o consumo de álcool e as normas descritivas percebidas sobre o consumo diminuem à medida que os indivíduos progredem no seu percurso académico, a primeira hipótese colocada prevê que:

H1: Existirá uma redução no consumo do próprio do primeiro para o segundo tempo de medida;

H1a: Existirá uma redução nas normas descritivas percebidas do primeiro para o segundo tempo de medida;

H1b: Os estudantes de anos de ensino mais avançados apresentarão menores níveis de consumo do que os estudantes de anos anteriores.

Ainda de acordo com o que foi encontrado por Ferrer et al. (2012), uma vez que a tendência para a diminuição das normas prescritivas não foi significativa, a segunda hipótese colocada prevê que:

H2: As normas prescritivas percebidas manter-se-ão estáveis do primeiro para a segundo tempo de medida.

Uma vez que as normas descritivas têm um impacto maior no comportamento do que as normas prescritivas (Cialdini, 2005; Fugas et al., 2011), espera-se que:

H3: O consumo do próprio esteja mais associado com as normas descritivas percebidas do que com as normas prescritivas percebidas sobre o consumo.

Contudo, uma vez que a literatura demonstra que quanto mais os estudantes percecionam que os seus pares consomem e quanto mais percecionam que estes aprovam o consumo, maior a probabilidade de também eles consumirem (Jasinski & Ford, s.d.; Halim et al., 2012), prevê-se que:

H4: As normas percebidas (descritivas e prescritivas) estejam positivamente associadas com o consumo do próprio.

Tendo em conta que a literatura demonstra que os estudantes universitários sobrestimam a quantidade de álcool consumida pelos seus pares (norma descritiva) (e.g. Larimer et al., 2004; Lewis et al., 2004), espera-se que:

H5: As normas descritivas percebidas em relação aos grupos de referência sejam mais elevadas do que o consumo do próprio;

De acordo com aquilo que é preconizado pelas teorias da identidade social (Terry & Hogg, 1996, citados por Neighbors et al., 2010) e da auto categorização (Turner et al., 1987, citados por Neighbors et al., 2010), e aquilo que foi demonstrado por Reed et al. (2007) e Neighbors et al. (2010), espera-se que:

H6: A relação entre as normas percebidas (descritivas e prescritivas) e o consumo do próprio será moderada pela identificação com o grupo de referência;

H6a: O efeito de interação entre as normas percebidas (descritivas e prescritivas) e a identificação com o grupo de referência seja tal que quanto mais se identificarem com o grupo de referência maior será o efeito das normas percebidas no consumo.

No que respeita à percepção da norma de consumo entre os jovens estudantes universitários, tendo em conta a elevada prevalência de consumo entre eles (Windle, 2003), bem como a tendência

para os estudantes sobrestimarem o consumo dos seus pares (e.g. Larimer et al., 2004; Lewis et al., 2004) espera-se que:

H7: Os participantes considerem um alvo com uma norma de consumo elevada como mais semelhante a um estudante universitário típico do que um alvo com uma norma de consumo baixa.

Por fim, de acordo com a teoria da regulação do desvio (Blanton et al., 2001; Blanton & Christie, 2003), e tendo em conta que, tal como afirmam Ferrer et al. (2012) os participantes desviam-se das normas descritivas percebidas, adotando níveis de consumo mais baixos, porque percecionam esse comportamento como socialmente desejável, espera-se que:

H8: Os participantes avaliem mais positivamente um personagem com uma norma de consumo baixa do que um personagem com uma norma de consumo elevada;

H8a: Essa avaliação seja tão mais positiva quanto mais o comportamento dos participantes estiver de acordo com o comportamento do alvo.

Capítulo III – Método

Para este trabalho foi realizado um estudo com um *design* longitudinal, com dois momentos de medida, sendo o intervalo entre o tempo 1 (t1) e o tempo 2 (t2) de três meses, o que corresponde ao intervalo de tempo entre o preenchimento do questionário do t1 e o do questionário do t2. Assim, o estudo foi realizado através de questionário, o qual foi administrado aos participantes através da internet, estando o t2 dependente do fornecimento dos *e-mails* por parte dos participantes. Além disso, o questionário era composto por duas condições: 1) cenário com norma de baixo consumo, e 2) cenário com norma de consumo elevado, sendo que cada participante recebia, aleatoriamente, uma delas.

Nas secções seguintes deste Capítulo irei descrever toda a metodologia do estudo realizado. Começarei por fazer uma caracterização dos participantes que completaram apenas o t1 e dos que completaram também o t2, comparando-os no sentido de verificar se existiram diferenças entre eles. Posteriormente, será descrito o processo de elaboração do questionário utilizado no estudo, apresentando-se a *cover story*, todas as medidas utilizadas, bem como o pré-teste de verificação da compreensão do mesmo. Por fim, será apresentado o procedimento de recolha dos dados, ou seja, da aplicação dos questionários no t1 e no t2.

1. Participantes

No t1, completaram o questionário 287 estudantes de licenciatura (85,7% mulheres), com idades compreendidas entre os 18 e os 54 anos ($M = 21,43$; $DP = 4,79$). Estes distribuem-se pelos quatro anos de ensino (Quadro 3.1.) de vários cursos superiores – o Anexo A apresenta uma listagem exhaustiva de todos os cursos representados na amostra.

O facto de existirem alunos do 4º ano de licenciatura justifica-se pois, embora o Processo de Bolonha tenha reduzido as licenciaturas para apenas 3 anos, vários cursos ligados às Ciências da Saúde como, por exemplo, os cursos de Enfermagem, mantiveram os quatro anos de licenciatura, cursos esses que também se encontram representados nesta amostra. Adicionalmente, o Anexo B fornece uma listagem de todos estabelecimentos de ensino abrangidos neste estudo.

A amostra é predominantemente feminina e este padrão mantém-se nos diversos anos de curso. De facto, não se verificam diferenças significativas na distribuição por sexo ao longo dos 4 anos ($\chi^2_{(3)} = 4,484$, $p > .05$).

Quadro 3.1. Número de Participantes Homens e Mulheres por Ano de Ensino no t1

Ano	Sexo		Total
	Homens	Mulheres	
1º Ano	15 5,2%	79 27,5%	94 32,8%
2º Ano	6 2,1%	47 16,4%	53 18,5%
3º Ano	16 5,6%	68 23,7%	84 29,3%
4º Ano	4 1,4%	52 18,1%	56 19,5%
Total	41 14,3%	246 85,7%	287 100%

A grande maioria dos participantes encontra-se a estudar na zona de Lisboa (81,8%), embora também tenham respondido ao questionário estudantes de outras zonas do país como, por exemplo, Porto (11,9%), Madeira (2,8%) e Setúbal (1,4%). O Anexo C fornece uma listagem com as zonas do país onde os participantes se encontram a estudar.

Adicionalmente, a maioria (81,1%) afirma estar a frequentar a universidade pela primeira vez, e apenas 17,8% afirmam participar em alguma atividade académica ligada à universidade (e.g. Tuna, Associação de Estudante, Grupo de Teatro, etc.). No que respeita mais especificamente ao facto de possuírem história familiar de problemas de álcool, 24,2% dos participantes respondem afirmativamente.

Relativamente ao t2, apenas 124 (43,2%) dos 287 participantes completaram esta segunda fase do estudo. Destes, 91,9% são mulheres, a média de idades situou-se nos 21,5 anos ($DP = 4,5$), e continuam a distribuir-se pelos quatro anos de licenciatura (Quadro 3.2.). Aqui, uma vez que não estavam reunidos os pressupostos para a realização do qui quadrado, compararam-se os dados do

1º ano com os dos restantes anos em conjunto. Os resultados mantêm a independência entre as variáveis ($\chi^2_{(1)} = 2,321, p > .05$).

Quadro 3.2. Número de Participantes Homens e Mulheres por Ano de Ensino no t2

Ano	Sexo		Total
	Homens	Mulheres	
1º Ano	5 4%	31 25%	36 29%
2º Ano	1 0,8%	20 16,1%	21 16,9%
3º Ano	3 2,4%	33 26,6%	36 29%
4º Ano	1 0,8%	30 24,2%	31 25%
Total	10 8,1%	114 91,9%	124 100%

A mortalidade presente na amostra não se relaciona com a idade dos participantes ($t_{(287)} = -0,201, p > .05$), nem com o consumo do próprio, quer nos dias de semana ($t_{(281)} = -0,015, p > .05$), quer ao fim-de-semana ($t_{(283)} = 0,861, p > .05$).

2. Cover Story

O questionário era apresentado aos participantes como sendo uma pesquisa sobre “Hábitos de Saúde dos Jovens Universitários Portugueses”. Inicialmente, era-lhes dito que no âmbito do Mestrado em Psicologia Social da Saúde do ISCTE-IUL estava a ser desenvolvido um estudo sobre diversos hábitos de saúde dos jovens universitários, entre os quais hábitos alimentares, de exercício físico, consumo de substâncias, etc. Assim, os participantes eram informados de que lhes seria atribuído, aleatoriamente, um dos questionários existentes sobre um dos hábitos de saúde contemplados no estudo.

Ao informar os participantes de que todos os dados fornecidos no questionário eram confidenciais e anónimos, era-lhes pedido que, se desejassem participar e consentissem que esses mesmos dados fossem processados estatisticamente, avançassem para a página seguinte do estudo. Desta forma, quando avançavam para a página seguinte, surgia a seguinte mensagem: “Ao ter clicado nas setas para avançar foi-lhe atribuído o Questionário sobre Hábitos de Consumo de Álcool”, transmitindo a ideia de que esse tema lhes tinha sido aleatoriamente atribuído.

3. Medidas

3.1. Consumo do Próprio

O consumo do próprio foi medido através da utilização de uma adaptação do *Daily Drinking Questionnaire* (DDQ) de Collins, Parks e Marlatt (1985), traduzido para português por Martins, Coelho e Ferreira (2010).

Nesta medida, pede-se aos participantes para reportarem o mais fielmente possível o número de bebidas alcoólicas que costumam consumir durante a sua semana típica, apresentando um número para os dias de semana (de 2ª feira a 5ª feira) e um número para o fim-de-semana (de 6ª feira a domingo). Para isso, é pedido aos participantes que tenham em conta a definição daquilo que se entende por uma bebida alcoólica, sendo a mesma apresentada como: “Uma bebida alcoólica igual a: 1 lata de cerveja (33 cl.) ou 1 copo de vinho (20 cl.) ou 1 *shot* de qualquer bebida destilada (2 cl.) ”.

O DDQ tem sido amplamente utilizado nos estudos sobre o consumo de álcool em jovens estudantes universitários, demonstrando boas qualidades psicométricas como boa validade convergente e boa fidelidade teste-reteste (Marlatt et al., 1998, Neighbors, Lewis, Bergstrom & Larimer, 2006).

De acordo com Dawson (2003), quando se utilizam períodos de referência curtos (e.g. uma semana típica – como neste caso) pode pedir-se aos participantes para indicarem um número exato de bebidas consumidas por dia, sendo que esta abordagem minimiza os problemas que podem surgir devido à dificuldade de recordação e evita os problemas inerentes ao facto de se pedir aos participantes para descreverem os padrões habituais de consumo, os quais podem variar substancialmente consoante as épocas do ano, por exemplo.

A separação da medida entre dias de semana (de 2ª a 5ª feira) e fim-de-semana (de 6ª feira a domingo) prende-se com a observação de que, embora a maioria dos adultos consumidores apresentem um consumo diário, o padrão de consumo dos jovens revela que estes consomem nas férias e ao fim-de-semana em saídas com os amigos e saídas noturnas (Calafat, 2002; Baptista, 2004; Freyssinet-Domijon & Wagner, 2006, citados por Agante, 2009).

3.2. Normas Descritivas Percebidas sobre o Consumo

As normas descritivas percebidas sobre o consumo foram avaliadas com uma versão adaptada do *Drinking Norms Rating Form* (DNRF) de Baer et al., (1991).

De forma semelhante ao que acontece no DDQ, é pedido aos participantes que estimem o mais fielmente possível o número de bebidas alcoólicas que diversos grupos de referência costumam consumir durante a sua semana típica, baseando-se, para isso, na definição de “uma bebida alcoólica” apresentada na secção anterior. Igualmente, pede-se aos participantes que apresentem um

número para os dias de semana (de 2ª feira a 5ª feira) e um número para o fim-de-semana (de 6ª feira a domingo).

Os grupos de referência em relação aos quais os participantes estimaram o número de bebidas alcoólicas tipicamente consumidas durante uma semana típica foram quatro e encontram-se no Quadro 3.3.

Quadro 3.3. *Grupos de Referência Utilizados no Questionário*

Participantes Mulheres	Participantes Homens
1) As suas amigas mais próximas	1) Os seus amigos mais próximos
2) As estudantes mulheres típicas do seu curso e do seu ano	2) Os estudantes homens típicos do seu curso e do seu ano
3) As estudantes mulheres típicas da sua universidade	3) Os estudantes homens típicos da sua universidade
4) As jovens mulheres típicas portuguesas	4) Os jovens homens típicos portugueses

A concordância de género feita entre o participante e as pessoas representadas nos grupos de referência teve como objetivo controlar o efeito do sexo nas estimativas realizadas, uma vez que cada participante as fez apenas para pessoas do mesmo sexo.

Diversos estudos têm utilizado o D NRF para medir as normas descritivas sobre o consumo e têm demonstrado a sua validade e fidelidade (e.g. Neighbors, Larimer & Lewis, 2004; Neighbors et al., 2006; Neighbors, Lee, Lewis, Fossos & Walter, 2009).

3.3. Normas Prescritivas Percebidas sobre o Consumo

As normas prescritivas percebidas sobre o consumo, de modo semelhante às normas descritivas, também foram medidas através da utilização de uma adaptação do D NRF de Baer et al. (1991), sendo a única diferença as instruções que são dadas aos participantes.

No que respeita a esta medida, é pedido aos participantes que pensem na opinião dos outros, ou seja, naquilo que os outros pensam. Assim, pede-se aos participantes que estimem o mais aproximadamente possível o número de bebidas alcoólicas que os grupos de referência já apresentados consideram que deveriam consumir durante uma semana típica, isto é, o número de bebidas alcoólicas que essas pessoas acham/pensam que se deveria consumir numa semana típica

Neste caso, do mesmo modo que na medida das normas descritivas, os grupos de referência para os quais os participantes têm que apresentar as suas estimativas são os mesmos, e deve ser apresentado um número para os dias de semana (de 2ª feira a 5ª feira) e um número para o fim-de-semana (de 6ª feira a domingo).

3.4. Identificação com o Grupo de Referência

A identificação com o grupo de referência foi avaliada com a *Inclusion of the Other in the Self Scale* (Aron, Aron & Smollan, 1992; Tropp & Wright, 2001). Esta escala é composta apenas por um item onde surgem sete diagramas de Venn, nos quais o círculo da esquerda representa o *self*, ou seja, o próprio participante, e o círculo da direita representa o outro que, neste caso, serão os diferentes grupos de referência apresentados anteriormente.

Cada diagrama varia no seu grau de sobreposição, funcionando como um indicador da forma como o participante percebe a sua relação com o grupo de referência em questão. Assim, os diagramas podem ir de 1 = círculos separados que indicam uma identificação muito baixa com o grupo de referência a 7 = círculos sobrepostos que indicam uma identificação muito elevada. Assim, pede-se aos participantes que assinalem qual a figura que melhor descreve a sua relação com o grupo de referência em questão, sendo apresentado um conjunto com os sete diagramas para cada um desses grupos.

Os autores da escala procuraram averiguar as suas propriedades psicométricas e demonstraram que esta apresenta boa validade de constructo, concorrente e discriminante e boa fidelidade teste-reteste quando utilizada para medir identificação grupal (Tropp e Wright, 2001). Além disso, esta escala tem sido utilizada em alguns estudos na população portuguesa como, por exemplo, no estudo de Marcão (2008) para avaliar proximidade conjugal e no estudo de Vala, Lopes e Lima (2008) para medir identificação nacional.

3.5. Avaliação da Norma de Consumo

Nesta medida os participantes completaram a versão reduzida da subescala *Social Attraction da Interpersonal Attraction Scale* (SA-IAS) de McCroskey e McCain (1974) para avaliarem um personagem que lhes é apresentado num cenário hipotético. Nesse cenário são apresentados o Bruno ou a Ana consoante o participante seja um homem ou uma mulher, respetivamente, pretendendo-se, deste modo, controlar o efeito do sexo na avaliação do personagem.

O Bruno ou a Ana são apresentados em dois cenários diferentes: o primeiro (Quadro 3.4.) retrata uma situação de baixo consumo (“Condição 1: Personagem com Norma de Baixo Consumo”) e o segundo (Quadro 3.5.) uma situação de elevado consumo de álcool (“Condição 2: Personagem com Norma de Consumo Elevado”).

A cada participante é apresentada apenas uma de ambas as condições, isto é, responde apenas perante um dos cenários, sendo-lhe este atribuído aleatoriamente. Contudo, existiu o cuidado de manter as duas condições equivalentes, ou seja, com o mesmo número de participantes por condição, assim sendo, 145 participantes (50,5%) responderam à condição 1, enquanto que os restantes 142 (49,5%) responderam à condição 2.

Quadro 3.4. Cenário de Baixo Consumo de Álcool

O/A Bruno/Ana é um/a estudante universitário/a que não tem o hábito de consumir álcool. Quando vai sair à noite com os amigos, durante o fim-de-semana, consome no máximo 1 bebida alcoólica durante toda a noite.

Quadro 3.5. Cenário de Elevado Consumo de Álcool

O/A Bruno/Ana é um/a estudante universitário/a que todas as semanas sai à noite várias vezes e consome muito álcool. Durante uma noite típica de fim-de-semana chega a consumir 12 bebidas alcoólicas.

A SA-IAS é composta por itens como “Penso que o Bruno poderia ser um amigo meu” e “Seria difícil encontrar-me e conversar com o Bruno” (item cotado de forma invertida). A resposta aos itens é dada numa escala de *Likert* de 7 pontos em que 1 = Discordo completamente; 2 = Discordo muito; 3 = Discordo; 4 = Não discordo nem concordo; 5 = Concordo; 6 = Concordo muito; 7 = Concordo completamente.

A subescala original é composta por 10 itens e apresenta um alfa de Cronbach de .75, no entanto, os autores optaram por utilizar uma versão reduzida da mesma que inclui apenas os 5 itens com o maior peso fatorial e que apresenta um alfa de Cronbach de .84 (McCroskey & McCain, 1974). Na amostra do presente estudo o valor do alfa de Cronbach desta subescala foi de .90, o que atesta a fidelidade da medida.

Esta medida foi incluída apenas no t1, não tendo surgido no t2.

3.6. Tipicidade da Personagem

Com o objetivo de verificar qual das condições apresentava um personagem desviante à norma de consumo dos estudantes universitários foi criado um item específico para medir a tipicidade do mesmo.

Deste modo, pediu-se aos participantes que indicassem até que ponto consideravam a personagem apresentada no cenário um/a estudante universitário/a português/a típico/a. A resposta a este item é dada numa escala bipolar de 5 pontos onde 1 = nada típico e 5 = muitíssimo típico.

Tal como a anterior, esta medida também só foi incluída no t1, não tendo surgido no t2.

3.7. Dados Sociodemográficos

No início do questionário pedia-se aos participantes que indicassem qual o seu sexo para que pudessem ser encaminhados para os respetivos questionário específicos para participantes mulheres ou para participantes homens.

No final do questionário foi pedido aos participantes que fornecessem mais alguns dados demográficos, os quais iriam fazer parte da análise estatística das respostas que tinham dado anteriormente. Assim, foi-lhes pedido que indicassem:

- A idade;
- Qual o curso que frequentam atualmente;
- Qual o grau de ensino que frequentam atualmente;
- Que ano frequentam atualmente,
- Se é a primeira vez que frequentam a universidade;
- Há quantos anos frequentam a universidade onde se encontram atualmente a estudar;
- Qual a universidade que frequentam atualmente;
- Se participam em alguma atividade ligada à universidade (e.g. Tuna, Associação de Estudantes, Grupo de Teatro, etc.);
- Em que zona do país se encontram a estudar;
- Se possuem história familiar de problemas de álcool.

4. Pré-teste do Questionário

Depois de construído o questionário inicial foi pedido a três estudantes do ensino universitário que respondessem ao mesmo, pedindo-se-lhes que avaliassem a forma como as perguntas eram colocadas, se estas estavam o mais explícitas possível e se seriam de fácil compreensão para os estudantes universitários.

Os três estudantes que participaram no pré-teste foram:

- Um homem com 19 anos de idade, a frequentar o 2º ano de Licenciatura, no curso de Engenharia Mecânica em Setúbal;
- Duas mulheres com 22 e 25 anos de idade, a frequentar o 3º e o 4º ano de Licenciatura, respetivamente, no curso de Enfermagem em Lisboa;

Após o seu preenchimento foi pedido a estes três estudantes universitários que apresentassem todas as dúvidas que tinham surgido ao longo do questionário, em qualquer uma das perguntas colocadas.

A opinião unânime foi de que todo o questionário era de fácil compreensão e resposta, sendo a única exceção a medida de Identificação com o Grupo de Referência que, tal como afirmaram, necessitava de mais instruções iniciais que explicassem mais especificamente o que significavam cada um dos círculos e a distância entre eles. Assim, o questionário inicial foi alterado no que dizia respeito às instruções da medida de Identificação com o Grupo de Referência, sendo melhor explicitado o significado dos diagramas apresentados e o que se esperava que os participantes fizessem.

5. Procedimento

Após o pré-teste, e depois de melhorado, o questionário foi inserido na plataforma de pesquisa online *Qualtrics*, sendo feitos os ajustes necessários para que os participantes fossem encaminhados para os questionários específicos para participantes mulheres ou para participantes homens e fossem aleatoriamente distribuídos pelas duas condições existentes (Condição 1: Personagem com Norma de Baixo Consumo vs. Condição 2: Personagem com Norma de Consumo Elevado).

Depois de terminada a inserção do questionário, a plataforma *Qualtrics* gerou um *link* de acesso à pesquisa, o qual foi distribuído através de e-mail à maior quantidade possível de estudantes universitários. Para isso, recorreu-se ao apoio do ISCTE-IUL, que autorizou o envio do *link*, por e-mail, para os contactos dos alunos de licenciatura em Psicologia. Adicionalmente, o *link* foi enviado para diversos e-mails, disponíveis na internet, de várias Associações de Estudantes, sendo acompanhado de um pedido de reencaminhamento para as listas de contactos dessas mesmas AE's.

Com vista à recolha dos dados do t2, no final do questionário os participantes eram informados de que o estudo seria composto por uma segunda fase, semelhante àquela a que tinham acabado de responder, sendo-lhes pedido que fornecessem um e-mail de contacto para que pudessem voltar a participar.

Depois da primeira fase de recolha de dados (t1), os participantes foram agrupados em três grupos consoante a data em que responderam para que recebessem o e-mail com o *link* da segunda fase de recolha (t2) três meses depois da primeira. Assim, os participantes que responderam entre 22 de fevereiro e 08 de março receberam o *link* do t2 no dia 3 de junho, os que responderam entre 9 e 22 de março receberam no dia 17 de junho e, por fim, os que responderam entre 23 de março e 11 de abril receberam no dia 01 de julho. Além disso, foram enviados *reminders* a apelar à participação no t2 nas duas semanas seguintes ao envio do *link*.

Capítulo IV – Resultados

Depois de ter sido apresentada a metodologia utilizada para responder aos objetivos deste trabalho no Capítulo anterior, as secções seguintes deste Capítulo serão dedicadas à apresentação dos resultados obtidos, bem como da confirmação ou rejeição das hipóteses que foram explicitadas no Capítulo II.

1. Consumo do Próprio e Variáveis Sociodemográficas

Uma primeira análise aos dados pretendeu averiguar se existiam associações entre algumas das variáveis sociodemográficas e o consumo do próprio.

No que respeita ao sexo dos participantes, e tendo em conta a natureza das variáveis em questão, foi calculado o Eta. Os resultados indicam que a associação entre o sexo dos participantes e o consumo do próprio é fraca, tanto quando se considera o consumo nos dias de semana ($\eta = 0,327$), como quando se considerada o consumo ao fim-de-semana ($\eta = 0,266$).

Com o objetivo de averiguar se existe associação entre a idade dos participantes e o consumo do próprio, tendo em conta que são ambas variáveis quantitativas, foi calculado o Coeficiente de Correlação Linear de Pearson. Os resultados indicam que não existe correlação entre estas duas variáveis, nem quando se considera o consumo nos dias de semana ($r = 0,072$), nem quando se considera o consumo ao fim-de-semana ($r = -0,007$).

Também no que respeita ao número de anos a frequentar a universidade foram calculados os R de Pearson para averiguar a existência, ou não, de uma associação entre estes e o consumo. Aqui, os resultados continuam a indicar que não existe qualquer associação entre o número de anos a frequentar a universidade e o consumo do próprio nos dias de semana ($r = -0,003$), ou ao fim-de-semana ($r = -0,011$).

Por fim, procurou-se ainda averiguar se existe alguma associação entre o facto de os participantes possuírem história familiar de problemas de álcool e o consumo sendo que, para o efeito, e tendo em conta a natureza qualitativa de uma das variáveis, voltou a calcular-se o Eta. Os resultados indicam que estas variáveis não possuem qualquer associação, quer se considere o consumo nos dias de semana ($\eta = 0,030$), ou ao fim-de-semana ($\eta = 0,015$).

2. Consumo do Próprio: Comparação dos Dias de Semana com o Fim-de-semana

No t1, e tendo em conta todas as respostas obtidas nesta fase, ou seja, os 287 participantes, o consumo do próprio nos dias de semana situou-se entre as 0 e as 25 bebidas alcoólicas, sendo consumidas, em média, 0,91 ($DP = 3,097$) bebidas alcoólicas entre 2ª e 5ª feira. No que respeita ao fim-de-semana, os mesmos participantes afirmam consumir entre 0 e 50 bebidas alcoólicas, sendo consumidas, em média, 2,07 ($DP = 5,094$) bebidas alcoólicas entre 6ª feira e domingo. Neste âmbito, foi realizada uma ANOVA de Medidas Repetidas para averiguar as diferenças entre estas duas médias. Os resultados indicam que as médias diferem significativamente ($F_{(1)} = 25,668$, $p < .001$), ou seja, os participantes consomem significativamente mais bebidas alcoólicas durante o fim-de-semana (de 6ª feira a domingo) do que durante a semana (de 2ª a 5ª feira).

No que respeita aos dados obtidos no t2, e tendo em conta que apenas 124 dos 287 participantes responderam a essa fase, o Quadro 4.1. (na secção seguinte) apresenta as médias do consumo do próprio nos dias de semana e ao fim-de-semana, no t1 e no t2, respetivamente, para esses participantes.

Assim, foi realizada uma ANOVA de Medidas Repetidas para averiguar se no t2 se mantinham as diferenças entre a média de consumo dos dias de semana e do fim-de-semana. Os resultados obtidos indicam que as médias diferem significativamente ($F_{(1)} = 39,604$, $p < .001$), sendo

que os participantes, no t2, continuam a consumir significativamente mais durante o fim-de-semana do que durante a semana.

3. Consumo do Próprio: Comparação do T1 com o T2

No que respeita à hipótese de que se verificaria uma redução no consumo do próprio do t1 para o t2 (H1), tal como se observa no Quadro 4.1., as médias relativas aos dias de semana parecem dar essa indicação, porém, quando se observam as médias relativas ao fim-de-semana estas dão a indicação contrária, uma vez que a média do t2 é superior à do t1.

Neste âmbito, foram realizadas ANOVAS de Medidas Repetidas para verificar se estas diferenças são significativas. Os resultados obtidos indicam que nem o aumento verificado nos dias de semana ($F_{(1)} = 0,194, p > .05$), nem o decréscimo observado no fim-de-semana ($F_{(1)} = 5,850, p > .05$) são significativos, logo, não se verificaram alterações no consumo do próprio do primeiro para o segundo tempo de medida, ou seja, a hipótese H1 não foi confirmada.

Quadro 4.1. *Médias do Consumo do Próprio nos Dias de Semana e ao Fim-de-semana dos Participantes que Responderam no T1 e no T2*

	Dias de semana (2 ^a a 5 ^a feira)		Fins-de-semana (6 ^a feira a domingo)	
	Média	Desvio-padrão	Média	Desvio-padrão
T1	0,86	3,148	1,68	2,785
T2	0,78	1,825	1,99	2,624

4. Consumo do Próprio: Relação entre o Consumo e o Ano de Ensino

Considerando os dados obtidos apenas no t1, o Quadro 4.2. apresenta o número médio de bebidas alcoólicas consumidas nos dias de semana e ao fim-de-semana por ano de ensino frequentado.

Tal como se pode observar através das médias presentes no Quadro 4.2., os resultados não seguem o padrão esperado de que os estudantes de anos de ensino mais avançados iriam apresentar menores níveis de consumo do que os estudantes de anos anteriores (H1b), sendo que os estudantes que mais consomem são os do 2^o ano, seguidos pelos do 3^o ano.

De facto, foi realizada uma ANOVA a um fator para averiguar se existiam diferenças significativas entre as médias do consumo dos diferentes anos de ensino. Os resultados demonstram que tanto nos dias de semana ($F_{(3, 279)} = 0,465, p > .05$), como ao fim-de-semana ($F_{(3, 281)} = 1,918, p > .05$) não existem diferenças significativas no número de bebidas alcoólicas consumidas pelos diferentes anos de ensino frequentados. Assim sendo, no que respeita aos dados do t1, a hipótese H1b não foi confirmada.

Quadro 4.2. *Médias do Consumo do Próprio nos Dias de Semana e ao Fim-de-semana por Ano de Ensino no T1*

	Dias de semana (2 ^a a 5 ^a feira)		Fins-de-semana (6 ^a feira a domingo)	
	Média	Desvio-padrão	Média	Desvio-padrão
1 ^o Ano	0,72	2,061	1,66	2,773
2 ^o Ano	1,08	3,892	3,55	8,114
3 ^o Ano	1,17	3,269	1,94	2,741
4 ^o Ano	0,67	3,464	1,55	6,707

No que respeita aos dados obtidos no t2, o Quadro 4.3. apresenta as médias do consumo nos dias de semana e ao fim-de-semana por ano de ensino frequentado relativas a esta fase do estudo.

Mais uma vez, observando o Quadro 4.3., pode afirmar-se que os resultados não seguem o padrão esperado na hipótese H1b, sendo que durante a semana são os alunos do 3^o ano aqueles que mais consomem, seguidos pelos do 2^o ano; e durante o fim-de-semana são os do 2^o ano, seguidos pelos do 3^o ano. Aqui, uma vez que não estavam reunidos os pressupostos para a realização de ANOVAS a um fator, procedeu-se à realização do seu equivalente não paramétrico, o Teste de Kruskal-Wallis, para verificar se existiam diferenças significativas entre as médias do consumo dos diferentes anos de ensino no t2. Os resultados demonstram que as médias do consumo dos 4 anos de ensino não diferem significativamente no que respeita aos dias de semana (*Kruskal-Wallis* $(3) = 3,368, p > .05$).

Contudo, quando se analisam os dados relativos ao fim-de-semana, o resultados demonstram que existem pelos menos dois anos de ensino cujas médias de consumo são significativamente diferentes (*Kruskal-Wallis* $(3) = 9,360, p < .05$). Assim, foram realizados Testes Post-Hoc Tukey HSD com o intuito de perceber quais dos grupos seriam significativamente diferentes. Os resultados obtidos demonstraram que no t2, quando se trata do consumo ao fim-de-semana, os estudantes do 4^o ano consomem significativamente menos do que os alunos do 2^o ano ($p < .05$). Este resultado vai de encontro ao que foi previsto pela hipótese H1b.

Quadro 4.3. *Médias do Consumo do Próprio nos Dias de Semana e ao Fim-de-semana por Ano de Ensino no T2*

	Dias de semana (2 ^a a 5 ^a feira)		Fins-de-semana (6 ^a feira a domingo)	
	Média	Desvio-padrão	Média	Desvio-padrão
1 ^o Ano	0,78	1,758	1,67	2,098
2 ^o Ano	1,19	4,355	3,52	5,776
3 ^o Ano	1,33	4,303	1,72	2,721
4 ^o Ano	0,39	1,202	0,77	1,477

No entanto, estes resultados têm que ser considerados com alguma cautela, pois tal como foi explicitado na secção “1. Participantes” do “Capítulo III – Metodologia” os participantes que frequentem o 4º ano pertencem a cursos ligados às Ciências da Saúde, nomeadamente, cursos de Enfermagem. Assim sendo, poderá ser abusivo afirmar que a diferença de consumo verificada entre o 2º e o 4º ano se deve ao ano de ensino e não a outra variável como, por exemplo, o curso frequentado.

5. Normas Descritivas Percebidas sobre o Consumo: Comparação dos Dias de Semana com o Fim-de-Semana

No que respeita às normas descritivas percebidas sobre o consumo, os dados revelam o mesmo padrão que foi encontrado no consumo do próprio no que respeita às diferenças entre os dias de semana e o fim-de-semana.

Como se pode observar no Quadro 4.4., no que respeita aos dados recolhidos no t1, os participantes percecionam que os grupos de referência consomem mais durante o fim-de-semana do que durante a semana.

Para averiguar se estas diferenças são estatisticamente significativas foram realizadas ANOVAS de Medidas Repetidas para cada um dos grupos de referência. Os resultados demonstram que os participantes percecionam que tanto os amigos mais próximos ($F_{(1)} = 45,291, p < .001$), como os estudantes típicos do mesmo curso e ano ($F_{(1)} = 42,602, p < .001$), bem como os estudantes típicos da mesma universidade ($F_{(1)} = 49,095, p < .001$), e os jovens típicos portugueses ($F_{(1)} = 112,505, p < .001$) consomem significativamente mais ao fim-de-semana (de 6ª feira a domingo) do que durante a semana (de 2ª a 5ª feira).

Quadro 4.4. Médias das Normas Descritivas Percebidas, relativas aos Dias de Semana e ao Fim-de-semana, para os Diferentes Grupos de Referência no T1

	Dias de semana (2ª a 5ª feira)		Fins-de-semana (6ª feira a domingo)	
	Média	Desvio-padrão	Média	Desvio-padrão
Amigos mais próximos	1,32	3,209	3,14	5,337
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	2,41	3,450	4,72	7,462
Estudantes típicos da mesma universidade	3,93	7,489	6,10	10,143
Jovens típicos portugueses	3,52	8,917	5,74	9,355

Quando são analisados os dados relativos ao t2, surge o mesmo padrão de resultados para todos os grupos de referência: amigos mais próximos ($F_{(1)} = 94,883, p < .001$), estudantes típicos do mesmo curso e ano ($F_{(1)} = 88,965, p < .001$), estudantes típicos da mesma universidade ($F_{(1)} = 63,706, p < .001$) e jovens típicos portugueses ($F_{(1)} = 91,956, p < .001$) são percecionados como consumindo significativamente mais álcool ao fim-de-semana do que durante a semana. As médias relativas a estas variáveis no t2 podem ser encontradas no Quadro 4.5. que se encontra na secção seguinte.

6. Normas Descritivas Percebidas sobre o Consumo: Comparação do T1 com o T2

No que respeita à hipótese de que se verificaria uma redução nas normas descritivas percebidas sobre o consumo do t1 para o t2 (H1a), o que os dados presentes no Quadro 4.5. indicam é precisamente o oposto, ou seja, verifica-se uma tendência para os participantes percecionarem um aumento no consumo dos grupos de referência e não uma diminuição. Assim, foram realizadas ANOVAS de Medidas Repetidas para cada um dos grupos de referência, e em relação aos dias de semana e ao fim-de-semana, respetivamente, para averiguar se esse aumento é significativo.

Os resultados obtidos indicam que só existem aumentos significativos nas normas percebidas sobre o consumo no que respeita ao fim-de-semana e, além disso, só são significativos em dois dos grupos: amigos mais próximos ($F_{(1)} = 6,482, p < .05$) e estudantes típicos da mesma universidade ($F_{(1)} = 5,907, p < .05$), ou seja, do t1 para o t2 os participantes percecionaram um aumento nos níveis de consumo dos seus amigos mais próximos e dos estudantes típicos da mesma universidade, o que é contrário àquilo que se esperava na hipótese H1a.

Quadro 4.5. Médias das Normas Descritivas Percebidas, relativas aos Dias de Semana e ao Fim-de-semana, para os Diferentes Grupos de Referência, dos Participantes que Responderam no T1 e no T2

	Dias de semana (2ª a 5ª feira)		Fins-de-semana (6ª feira a domingo)	
	T1	T2	T1	T2
Amigos mais próximos	1,16 (DP=3,128)	1,16 (DP=1,919)	2,44 (DP=2,908)	3,12 (DP=2,747)
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	1,96 (DP=3,129)	2,04 (DP=1,777)	4,00 (DP=3,500)	4,54 (DP=3,091)
Estudantes típicos da mesma universidade	2,69 (DP=2,302)	3,04 (DP=2,432)	4,94 (DP=3,198)	5,86 (DP=4,062)
Jovens típicos portugueses	2,29 (DP=2,349)	2,52 (DP=2,144)	4,79 (DP=3,345)	5,12 (DP=3,370)

7. Normas Prescritivas Percebidas sobre o Consumo: Comparação do T1 com o T2

Com o objetivo de verificar a hipótese H2, que prevê que as normas prescritivas sobre o consumo manter-se-ão estáveis do primeiro para o segundo tempo de medida, foram realizadas ANOVAS de Medidas Repetidas para cada um dos grupos de referência, e em relação aos dias de semana e ao fim-de-semana, respetivamente. O Quadro 4.6. apresenta as médias relativas às variáveis em questão na análise.

Os resultados obtidos confirmam a hipótese H2, uma vez que não foram encontradas diferenças significativas entre as normas prescritivas percebidas do t1 e as normas prescritivas percebidas do t2 em nenhum dos grupos de referência, quer quando se consideram os dias de semana (amigos mais próximos – $F_{(1)} = 0,217, p > .05$; estudantes típicos do mesmo curso e ano – $F_{(1)} = 2,339, p > .05$; estudantes típicos da mesma universidade – $F_{(1)} = 1,750, p > .05$; jovens típicos portugueses – $F_{(1)} = 1,544, p > .05$), quer quando se considera o fim-de-semana (amigos mais próximos – $F_{(1)} = 0,035, p > .05$; estudantes típicos do mesmo curso e ano – $F_{(1)} = 0,252, p > .05$; estudantes típicos da mesma universidade – $F_{(1)} = 0,239, p > .05$; jovens típicos portugueses – não foi possível realizar o teste pois como se pode observar no Quadro 4.6. as médias em questão são iguais).

Quadro 4.6. Médias das Normas Prescritivas Percebidas, relativas aos Dias de Semana e ao Fim-de-semana, para os Diferentes Grupos de Referência, dos Participantes que Responderam no T1 e no

T2

	Dias de semana (2ª a 5ª feira)		Fins-de-semana (6ª feira a domingo)	
	T1	T2	T1	T2
Amigos mais próximos	1,62 (DP=5,490)	1,34 (DP=2,314)	3,43 (DP=5,907)	3,57 (DP=5,807)
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	2,03 (DP=2,759)	2,58 (DP=3,054)	4,38 (DP=3,243)	4,59 (DP=4,587)
Estudantes típicos da mesma universidade	2,88 (DP=3,037)	3,40 (DP=4,004)	5,22 (DP=4,123)	5,43 (DP=4,967)
Jovens típicos portugueses	2,40 (DP=2,706)	2,88 (DP=4,669)	5,08 (DP=5,102)	5,08 (DP=5,906)

8. Normas Prescritivas Percebidas sobre o Consumo: Comparação dos Dias de Semana com o Fim-de-Semana

É importante salientar que quando se têm em conta os dados relativos ao t2 (Quadro 4.6.), bem como os dados relativos apenas ao t1 (Quadro 4.7.) mantem-se o mesmo padrão de resultados encontrado até agora no que respeita à comparação dos dias de semana com o fim-de-semana.

Neste âmbito, foram realizadas ANOVAS de Medidas Repetidas para cada um dos grupos de referência, relativas aos dias de semana e ao fim-de-semana, respetivamente, para averiguar se também aqui os aumentos observados são significativos.

Os resultados obtidos relativamente ao t1 (Quadro 4.7) demonstram que os participantes percecionam que tanto os amigos mais próximos ($F_{(1)} = 65,998, p < .001$), como os estudantes típicos do mesmo curso e ano ($F_{(1)} = 57,263, p < .001$), como os estudantes típicos da mesma universidade ($F_{(1)} = 26,950, p < .001$), e os jovens típicos portugueses ($F_{(1)} = 35,359, p < .001$) aceitam e aprovam significativamente mais, maiores níveis de consumo ao fim-de-semana do que durante a semana. Estes resultados repetem-se naquilo que concerne ao t2: amigos mais próximos – $F_{(1)} = 22,272, p < .001$; estudantes típicos do mesmo curso e ano – $F_{(1)} = 46,797, p < .001$; estudantes típicos da mesma universidade – $F_{(1)} = 35,603, p < .001$; e jovens típicos portugueses – $F_{(1)} = 52,136, p < .001$).

Quadro 4.7. Médias das Normas Prescritivas Percebidas, relativas aos Dias de Semana e ao Fim-de-semana, para os Diferentes Grupos de Referência no T1

	Dias de semana (2ª a 5ª feira)		Fins-de-semana (6ª feira a domingo)	
	Média	Desvio-padrão	Média	Desvio-padrão
Amigos mais próximos	1,49	4,000	3,44	6,143
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	2,66	4,411	4,74	7,492
Estudantes típicos da mesma universidade	3,64	7,285	5,92	9,908
Jovens típicos portugueses	3,06	7,518	5,72	10,539

9. Impacto das Normas Percebidas no Consumo do Próprio: Descritivas vs. Prescritivas

No sentido de averiguar se o impacto das normas descritivas percebidas no consumo do próprio é maior do que o impacto das normas prescritivas percebidas (H3) foram realizadas Regressões Lineares Múltiplas com as variáveis relativas a cada um dos grupos de referência separadamente, para os dias de semana e o fim-de-semana, respetivamente, tanto no t1 como no t2.

Relativamente ao t1, como se pode observar no Quadro 4.8., os dados relativos aos amigos mais próximos e aos estudantes típicos do mesmo curso e ano nos dias de semana, e os dados relativos aos amigos mais próximos, aos estudantes típicos do mesmo curso e ano e aos estudantes típicos da mesma universidade no fim-de-semana seguem o padrão esperado, uma vez que, como se pode observar pelos valores e significância dos Betas, as normas prescritivas percebidas ou não têm qualquer efeito no consumo do próprio ou, quando têm, esse efeito é menor do que o das normas descritivas. Adicionalmente, as relações entre as normas percebidas que possuem efeitos significativos e o consumo também vão no sentido esperado, ou seja, os efeitos significativos são também positivos, isto é, quanto mais os participantes percebem que os grupos de referência consomem (norma descritiva) e aprovam o consumo (norma prescritiva) maior é também o seu próprio nível de consumo. Estes resultados encontram-se de acordo com o que era previsto pelas hipóteses H3 e H4.

Contudo, quando se observam os grupos de referência mais distantes (estudantes típicos da mesma universidade nos dias de semana e jovens típicos portugueses nos dias de semana e ao fim-de-semana) o padrão de resultados altera-se. Assim, no que respeita às normas percebidas em relação aos estudantes típicos da mesma universidade nos dias de semana, nenhum dos tipos de normas tem efeito no consumo.

Já no que se refere aos jovens típicos portugueses, passam a ser as normas prescritivas a ter o maior impacto no consumo, porém, é importante salientar que esse impacto: 1) é positivo nos dias de semana, ou seja, quanto mais os participantes percebem que os jovens típicos portugueses aprovam o consumo de álcool durante a semana, maior é o seu nível de consumo durante esse tempo; mas 2) é negativo ao fim-de-semana, ou seja, quando mais os participantes percebem que os jovens típicos portugueses aprovam o consumo de álcool ao fim-de-semana, menor é o seu nível de consumo nesses dias, o que é contraditório com as hipóteses H3 e H4.

Assim, no que respeita aos dados obtidos no t1, as hipóteses H3 e H4 são parcialmente confirmadas, uma vez que os resultados dependem do grupo de referência que estiver a ser considerado, bem como da altura da semana.

Adicionalmente, é importante também realçar que embora cada Modelo de Regressão de cada grupo de referência seja significativo, o seu poder de explicação do consumo vai diminuindo à medida que se vão considerando grupos de referência mais distantes. Por exemplo, no que respeita aos dias de semana, e como se pode observar pelos valores dos R^2 ajustados, enquanto que o modelo relativo aos amigos mais próximos explica 60,5% da variação total no consumo do próprio, o modelo relativo aos jovens típicos portugueses explica apenas 6,2%.

Porém, quando se consideram os Modelos de Regressão com os dados relativos ao fim-de-semana verifica-se uma tendência para aumentar o poder explicativo desses modelos. O modelo relativo aos jovens típicos portugueses, por exemplo, quando se trata do fim-de-semana, explica 16,6% da variação no consumo. Contudo, parece que no que respeita ao grupo dos estudantes típicos do mesmo curso e ano, o modelo com as normas percebidas tem uma maior poder explicativo relativamente aos dias de semana (25,9%) do que ao fim-de-semana (18,4%).

Quadro 4.8. Impacto das Normas Descritivas e Prescritivas Percebidas no Consumo do Próprio Consoante o Grupo de Referência, no T1

	Dias de Semana	Fim-de-Semana
Amigos mais próximos	Beta	Beta
Descritivas	0,568***	0,911***
Prescritivas	0,257***	-0,018
R ² ajustado	0,605*** F (2, 259) 200,865	0,811*** F (2, 259) 561,688
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	Beta	Beta
Descritivas	0,566***	0,531***
Prescritivas	-0,077	-0,106
R ² ajustado	0,259*** F (2, 253) 45,486	0,184*** F (2, 254) 29,901
Estudantes típicos da mesma universidade	Beta	Beta
Descritivas	0,042	0,634***
Prescritivas	0,196	-0,243
R ² ajustado	0,046** F (2, 251) 7,095	0,167*** F (2, 253) 26,614
Jovens típicos portugueses	Beta	Beta
Descritivas	-0,127	-0,323*
Prescritivas	0,324***	-0,674***
R ² ajustado	0,062*** F (2, 251) 9,391	0,166*** F (2, 254) 26,386

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

No que concerne ao t2, os dados apresentados no Quadro 4.9. demonstram que, relativamente aos dias de semana, apenas nos amigos mais próximos se verificou o padrão de resultados esperado, isto é, somente as normas descritivas percebidas tiveram efeito no consumo (H3) e esse efeito foi positivo (H4), ou seja, quanto mais os participantes percecionam que os seus amigos mais próximos consomem no t2, maior é o seu consumo nessa fase, sendo que o Modelo de Regressão explica 66,5% da variação total no consumo do próprio. Ainda no que respeita aos dias de semana, nenhum dos outros Modelos de Regressão relativos aos restantes grupos de referência, foi significativo.

No que respeita aos resultados obtidos com as variáveis relativas ao fim-de-semana, os dados demonstram aquilo que se esperava na maioria dos grupos de referência – amigos mais próximos, estudantes típicos da universidade e jovens típicos portugueses – uma vez que o efeito das normas descritivas no consumo é superior ao das prescritivas (H3), sendo igualmente positivo em todos os grupos (H4). Aqui, o Modelo de Regressão com o maior poder explicativo é o relativo aos amigos mais próximos (59% da variância no consumo explicada), seguido pelo modelo relativo aos estudantes típicos da mesma universidade (21,6%).

Ainda relativamente aos resultados relativos ao fim-de-semana no t2, a única exceção é o grupo dos estudantes típicos do mesmo curso e ano, onde só as normas prescritivas têm um efeito

positivo no consumo, ou seja, quanto mais os participantes percecionam que os estudantes típicos do mesmo curso e ano aprovam o consumo de álcool ao fim-de-semana, maior é o seu consumo nesses dias, o que está de acordo com a H4, mas não com a H3.

Quadro 4.9. Impacto das Normas Descritivas e Prescritivas Percebidas no Consumo do Próprio Consoante o Grupo de Referência, no T2

	Dias de Semana	Fim-de-Semana
Amigos mais próximos	Beta	Beta
Descritivas	0,820***	0,659***
Prescritivas	0,000	0,178*
R ² ajustado	0,665*** F (2, 85) 87,173	0,590*** F (2, 86) 64,289
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	Beta	Beta
Descritivas	0,008	0,057
Prescritivas	0,122	0,301*
R ² ajustado	-0,008 F (2, 84) 0,676	0,090** F (2, 85) 5,327
Estudantes típicos da mesma universidade	Beta	Beta
Descritivas	0,230	0,297*
Prescritivas	0,096	0,230
R ² ajustado	0,069 F (2, 83) 4,159	0,216*** F (2, 84) 12,850
Jovens típicos portugueses	Beta	Beta
Descritivas	0,202	0,265*
Prescritivas	0,036	0,101
R ² ajustado	0,030 F (2, 83) 2,312	0,090** F (2, 84) 5,245

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

10. Comparação entre o Consumo do Próprio e as Normas Descritivas Percebidas sobre o Consumo

Para averiguar se as normas descritivas percebidas em relação aos grupos de referência seriam mais elevadas do que o consumo do próprio, como era previsto pela hipótese H5, foram realizadas diversas ANOVAS de Medidas Repetidas que compararam o consumo do próprio com as normas descritivas percebidas relativas a cada um dos grupos de referência, em relação aos dias de semana e ao fim-de-semana, respetivamente, e tanto para o t1 como para o t2.

Os resultados do t1 indicam que, de facto, os participantes percecionam que todos os grupos de referência consomem significativamente mais do que eles próprios tanto nos dias de semana (amigos mais próximos – $F_{(1)} = 8,077$, $p < .01$, estudantes típicos do mesmo curso e ano – $F_{(1)} = 55,360$, $p < .001$, estudantes típicos da mesma universidade – $F_{(1)} = 43,239$, $p < .001$, e jovens típicos portugueses – $F_{(1)} = 21,004$, $p < .001$); como no fim-de-semana (amigos mais próximos – $F_{(1)} = 57,828$, $p < .001$, estudantes típicos do mesmo curso e ano – $F_{(1)} = 40,681$, $p < .001$, estudantes típicos da mesma universidade – $F_{(1)} = 51,196$, $p < .001$, e jovens típicos portugueses – $F_{(1)} = 41,842$,

$p < .001$). As médias relativas ao consumo do próprio e às normas descritivas percebidas do t1 podem ser consultadas no Quadro 4.1. e no Quadro 4.4. acima, respetivamente.

Relativamente ao t2, os dados apresentam os mesmos resultados, isto é, no t2 os participantes continuam a perceberem que todos os grupos de referência consomem significativamente mais do que eles próprios tanto nos dias de semana (amigos mais próximos – $F_{(1)} = 9,105$, $p < .01$, estudantes típicos do mesmo curso e ano – $F_{(1)} = 22,606$, $p < .001$, estudantes típicos da mesma universidade – $F_{(1)} = 68,693$, $p < .001$, e jovens típicos portugueses – $F_{(1)} = 48,971$, $p < .001$); como no fim-de-semana (amigos mais próximos – $F_{(1)} = 83,823$, $p < .001$, estudantes típicos do mesmo curso e ano – $F_{(1)} = 109,417$, $p < .001$, estudantes típicos da mesma universidade – $F_{(1)} = 171,989$, $p < .001$, e jovens típicos portugueses – $F_{(1)} = 181,816$, $p < .001$). As médias do consumo do próprio do t2 encontram-se no Quadro 4.1., enquanto que as das normas descritivas percebidas do t2 se encontram no Quadro 4.5.

Neste sentido, pode concluir-se que a hipótese H5 se encontra confirmada.

11. Identificação com o Grupo de Referência

De um modo geral, tanto no t1 como no t2, os participantes identificaram-se tanto mais com um grupo quanto mais próximos estavam desse grupo, sendo a única exceção o grupo dos jovens típicos portugueses. Assim, tendo em conta os dados presentes no Quadro 4.10, o grupo com o qual os participantes mais se identificam são os amigos mais próximos, depois os jovens típicos portugueses, ao qual se segue o grupo dos estudantes típicos do mesmo curso e ano e, por fim, o grupo com que menos se identificam são os estudantes típicos da mesma universidade.

No sentido de averiguar se existem diferenças significativas nos níveis de identificação com os diferentes grupos de referência foram realizadas duas ANOVAS de Medidas Repetidas, uma relativa ao t1 e outra ao t2.

Os resultados indicam que existem diferenças significativas na identificação com pelos menos dois dos grupos de referência, tanto no t1 ($F_{(2,401)} = 374,924$, $p < .001$), como no t2 ($F_{(2,303)} = 137,227$, $p < .001$).

Relativamente ao t1, os Testes Pairwise Comparisons demonstram que os únicos grupos que não são significativamente diferentes são os estudantes típicos do mesmo curso e ano e os jovens típicos portugueses ($p > .05$), podendo afirmar-se que os participantes se identificam tanto com um grupo como com o outro. Assim, conclui-se que os participantes, no t1, se identificam significativamente mais com os amigos mais próximos dos que com os estudantes típicos do mesmo curso e ano e com os jovens típicos portugueses e, por sua vez, identificam-se significativamente mais com estes do que com os estudantes típicos da mesma universidade.

No que concerne ao t2, os mesmos testes indicam que todos os grupos são significativamente diferentes uns dos outros (*todos os* $p < .05$). Neste sentido, pode afirmar-se que, no t2, os participantes identificam-se significativamente mais com os amigos mais próximos do que com os jovens típicos portugueses; por sua vez, identificam-se mais com estes do que com os estudantes

típicos do mesmo curso e ano e, por último, identificam-se significativamente mais com estes últimos do que com os estudantes típicos da mesma universidade.

Quadro 4.10. Médias da Identificação com os Diferentes Grupos de Referência no T1 e no T2

	T1		T2	
	Média	Desvio-padrão	Média	Desvio-padrão
Amigos mais próximos	4,94	1,596	4,80	1,690
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	2,60	1,306	2,53	1,256
Estudantes típicos da mesma universidade	2,22	1,236	2,20	1,169
Jovens típicos portugueses	2,81	1,421	2,90	1,453

12. O Efeito Moderador da Identificação com o Grupo de Referência na Relação entre as Normas Descritivas Percebidas e o Consumo do Próprio

Com o objetivo de averiguar se a relação entre as normas descritivas percebidas e o consumo do próprio é moderada pela identificação com o grupo de referência (H6) foram testados Modelos de Moderação com Regressões Lineares Múltiplas relativos a cada um dos grupos de referência, para os dias de semana e o fim-de-semana, respetivamente, e tendo em conta os dados obtidos no t1 em primeiro lugar e, posteriormente, os dados obtidos no t2.

No que respeita ao t1, e tendo em conta apenas os dias de semana, os resultados obtidos (Quadro 4.11.) indicam a existência de efeitos de interação relativamente a três dos quatro grupos de referência: amigos mais próximos, estudantes típicos do mesmo curso e ano e estudantes típicos da mesma universidade, o que vai ao encontro do que era previsto pela hipótese H6; verificando-se também efeitos principais das normas descritivas nesses três grupos. Contudo, no que concerne ao grupo dos jovens típicos portugueses, o modelo de moderação não foi significativo.

Aqui, tendo em conta os valores dos R^2 ajustados, mantém-se o padrão de que os Modelos de Moderação relativos a grupos de referência mais próximos possuem um poder explicativo superior aos Modelos de Moderação relativos a grupos de referência mais distantes. Por exemplo, enquanto que o modelo relativo aos amigos mais próximos explica 58,8% da variação total no consumo do próprio, o modelo relativo aos estudantes típicos do mesmo curso e ano explica apenas 8,6%.

Além disso, se nos reportarmos aos valores dos R^2 semiparciais, que indicam a intensidade de cada um dos efeitos, pode perceber-se que os efeitos principais das normas têm mais intensidade do que os efeitos de interação. Utilizando o modelo relativo aos amigos mais próximos como exemplo, o efeito principal das normas descritivas percebidas tem uma intensidade de 49,4%,

enquanto que o efeito de interação tem uma intensidade de apenas 1%, não deixando, porém, de ser significativo.

Quadro 4.11. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Descritivas Percebidas e da Identificação Grupal no Consumo do Próprio no T1 – Dados Relativos aos Dias de Semana

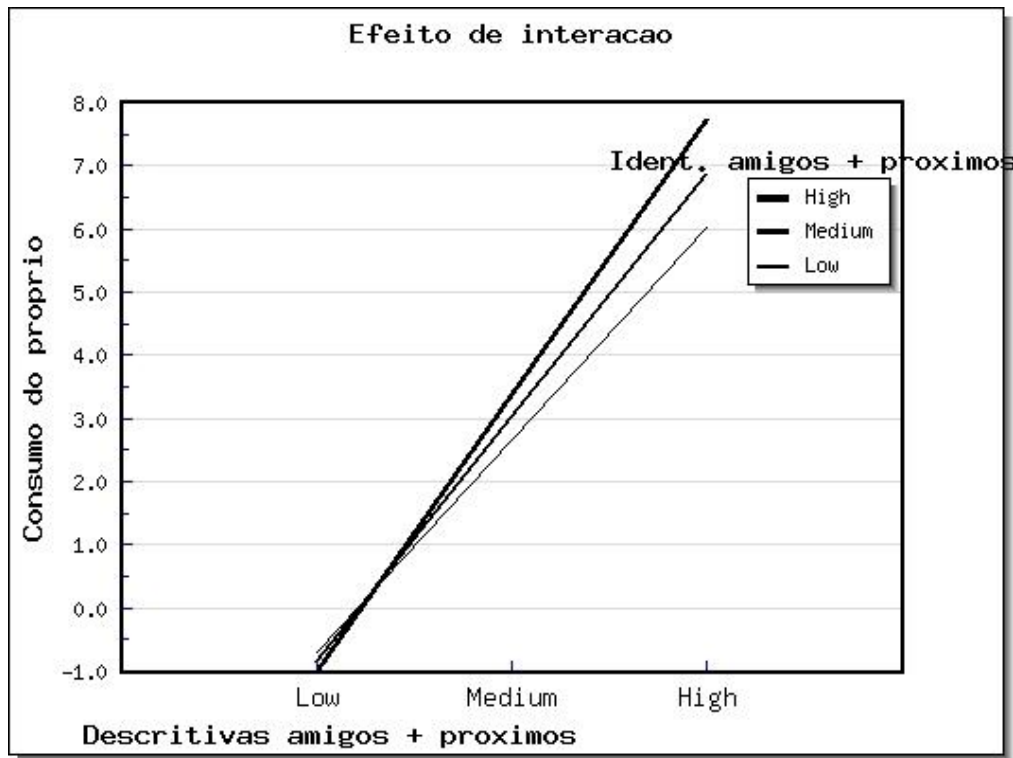
Amigos mais próximos		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,732***	0,494
Identificação com o Grupo		0,049	
Interação		0,107**	0,010
	R ² ajustado		0,588***
	F (3, 273)		132,369
Estudantes típicos do mesmo curso e ano		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,401***	0,143
Identificação com o Grupo		0,047	
Interação		0,335***	0,100
	R ² ajustado		0,363***
	F (3, 269)		52,716
Estudantes típicos da mesma universidade		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,337***	0,090
Identificação com o Grupo		0,000	
Interação		0,233**	0,041
	R ² ajustado		0,086***
	F (3, 264)		9,393
Jovens típicos portugueses		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,101	
Identificação com o Grupo		0,130	
Interação		-0,019	
	R ² ajustado		0,016
	F (3, 263)		2,458

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

Posteriormente, foram elaboradas as representações gráficas das interações (*plotting interaction*) através da utilização da macro disponibilizada por Jose (2013). Assim, e tendo como exemplo os dados relativos ao grupo dos amigos mais próximos, os resultados obtidos na Figura 1.1. demonstram que embora as normas descritivas percebidas em relação aos amigos mais próximos tenham impacto no consumo nos três níveis de identificação com esse mesmo grupo de referência, esse impacto é tanto maior quanto mais os participantes se identificam com o grupo em questão, o que está de acordo com o que era esperado na hipótese H6a.

Por motivos de espaço será apresentada apenas a Figura 4.1. a título de exemplo, uma vez que todas as interações verificadas seguem o mesmo padrão de resultados, logo, as figuras seriam todas idênticas.

Figura 4.1. Consumo do Próprio em função das Normas Descritivas Percebidas em Relação ao Amigos Mais Próximos segundo três níveis da Identificação com os Amigos Mais Próximos – Dados Relativos aos Dias de Semana



Ainda no que respeita ao t1, mas tendo em conta o fim-de-semana, os resultados obtidos (Quadro 4.12.) também indicam a existência de efeitos de interação relativamente a três grupos de referência, no entanto, esses grupos passam a ser os estudantes típicos do mesmo curso e ano, os estudantes típicos da mesma universidade e os jovens típicos portugueses, sendo que deixa de haver moderação quando se tem em conta o grupo dos amigos mais próximos. Também no que diz respeito ao fim-de-semana se continuam a verificar, além dos efeitos de interação, os efeitos principais das normas descritivas percebidas, mantendo-se o padrão de que estes têm uma intensidade superior à dos efeitos de interação. No entanto, no que respeita ao modelo relativo aos estudantes típicos do mesmo curso e ano, essa diferença é menor que o que foi verificado anteriormente, sendo a intensidade do efeito principal das normas de 35,1% e a do efeito de interação de 28,7%.

Além disso, é importante realçar que no que respeita a estas interações foi obtido um outro resultado também importante: no caso do grupo dos estudantes típicos do mesmo curso e ano e dos jovens típicos portugueses a identificação com o respetivo grupo teve um efeito principal no consumo, sendo que quanto maior é a identificação com esses grupos de referência, mais elevado é o consumo do próprio; embora a intensidade do efeito seja marginal (1,2%).

Também aqui foram elaboradas as representações gráficas das interações. Neste âmbito, e utilizando os dados relativos ao grupo dos estudantes típicos do curso e ano como exemplo, os

resultados obtidos na Figura 4.2. demonstram o padrão esperado, ou seja, embora as normas descritivas percebidas em relação aos estudantes típicos do mesmo curso e ano tenham impacto no consumo nos três níveis de identificação com esse grupo de referência, esse impacto é maior quando a identificação com o grupo também é maior, o que também vai ao encontro do que estava previsto na hipótese H6a.

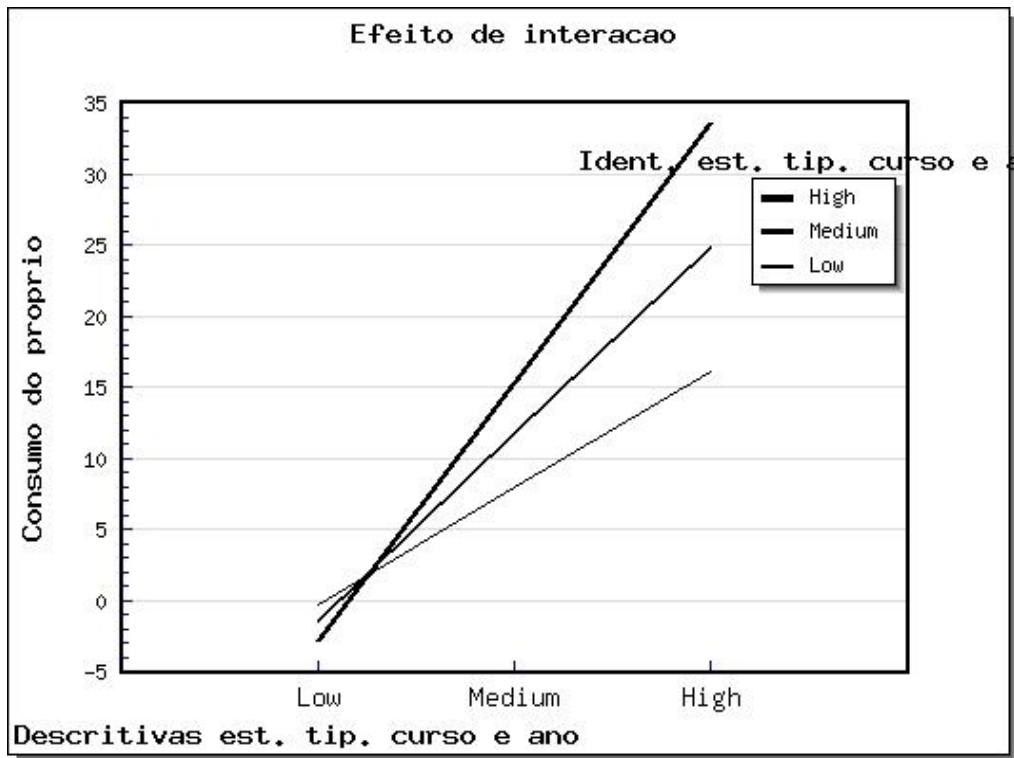
Mais uma vez, será apresentada apenas a Figura 4.2. a título de exemplo.

Quadro 4.12. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Descritivas e da Identificação Grupal no Consumo do Próprio no T1 – Dados Relativos ao Fim-de-Semana

Amigos mais próximos	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,899***	0,753
Identificação com o Grupo	0,041	
Interação	0,012	
R ² ajustado	0,806***	
F (3, 274)	385,052	
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,628***	0,351
Identificação com o Grupo	0,108*	0,012
Interação	0,570***	0,287
R ² ajustado	0,478***	
F (3, 270)	84,371	
Estudantes típicos da mesma universidade	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,434***	0,187
Identificação com o Grupo	0,019	
Interação	0,252***	0,062
R ² ajustado	0,228***	
F (3, 266)	27,480	
Jovens típicos portugueses	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,247***	0,059
Identificação com o Grupo	0,130*	0,017
Interação	0,158**	0,024
R ² ajustado	0,115***	
F (3, 266)	12,663	

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

Figura 4.2. Consumo do Próprio em função das Normas Descritivas Percebidas em Relação aos Estudantes típicos do mesmo curso e ano segundo três níveis da Identificação com os Estudantes típicos do mesmo curso e ano – Dados Relativos ao Fim-de-Semana



No que respeita aos dias de semana do t2, os resultados obtidos (Quadro 4.13.) indicam que o modelo de moderação só não foi significativo em relação ao grupo dos estudantes típicos do mesmo curso e ano; existindo efeitos de interação no que respeita aos restantes três grupos de referência: amigos mais próximos, estudantes típicos da mesma universidade e jovens típicos portugueses. Adicionalmente, continuam a verificar-se os efeitos principais das normas descritivas e, em alguns casos (estudantes típicos da mesma universidade) o efeito principal da identificação grupal.

Aqui, as representações gráficas das interações também demonstram o padrão esperado, sendo os resultados iguais aos verificados no t1.

Quadro 4.13. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Descritivas e da Identificação Grupal no Consumo do Próprio no T2 – Dados Relativos aos Dias de Semana

Amigos mais próximos	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,768***	0,576
Identificação com o Grupo	0,094	
Interação	0,247***	0,060
R ² ajustado	0,708***	
F (3, 94)	79,246	
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,039	
Identificação com o Grupo	0,132	
Interação	0,167	
R ² ajustado	0,019	
F (3, 94)	1,642	
Estudantes típicos da mesma universidade	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,247*	0,060
Identificação com o Grupo	0,209*	0,043
Interação	0,285**	0,080
R ² ajustado	0,152***	
F (3, 93)	6,727	
Jovens típicos portugueses	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,333**	0,082
Identificação com o Grupo	0,083	
Interação	0,217*	0,037
R ² ajustado	0,060*	
F (3, 92)	3,036	

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

Ainda no que respeita ao t2, mas tendo em conta o fim-de-semana, os resultados obtidos (Quadro 4.14.) indicam que, à semelhança do que aconteceu nos dias de semana, o modelo de moderação só não foi significativo em relação ao grupo dos estudantes típicos do mesmo curso e ano.

Contudo, no que respeita ao grupo dos jovens típicos portugueses, embora o modelo global tenha sido significativo, não se verificou efeito de interação, observando-se apenas os efeitos principais das normas descritivas percebidas e da identificação com esse grupo.

É importante realçar que nos dois grupos onde se verificou a existência de efeitos de interação, também se verificaram efeitos principais da identificação com os respetivos grupos de referência.

Neste âmbito, as representações gráficas das interações voltam a demonstrar o mesmo padrão de resultados verificados anteriormente, o qual vai ao encontro daquilo que era esperado, ou seja, o impacto das normas no consumo é tanto maior quanto mais os participantes se identificam com o grupo ao qual se referem essas mesmas normas (H6a).

Quadro 4.14. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Descritivas e da Identificação Grupal no Consumo do Próprio no T2 – Dados Relativos aos Fins-de-Semana

Amigos mais próximos	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,710***	0,484
Identificação com o Grupo	0,169**	0,0282
Interação	0,190**	0,035
R ² ajustado		0,626***
F (3, 95)		55,781
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,206	0,040
Identificação com o Grupo	0,188	
Interação	0,090	
R ² ajustado		0,045
F (3, 95)		2,539
Estudantes típicos da mesma universidade	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,467***	0,213
Identificação com o Grupo	0,355***	0,123
Interação	0,266**	0,067
R ² ajustado		0,373***
F (3, 94)		20,225
Jovens típicos portugueses	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,479***	0,155
Identificação com o Grupo	0,305**	0,088
Interação	0,131	
R ² ajustado		0,184***
F (3, 93)		8,215

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

13. O Efeito Moderador da Identificação com o Grupo de Referência na Relação entre as Normas Prescritivas Percebidas e o Consumo do Próprio

Com o objetivo de averiguar se a relação entre as normas prescritivas percebidas e o consumo do próprio é moderada pela identificação com o grupo de referência (H6) foram testados, mais uma vez, Modelos de Moderação com Regressões Lineares Múltiplas relativos a cada um dos grupos de referência, para os dias de semana e o fim-de-semana, respetivamente, e tendo em conta os dados obtidos no t1 em primeiro lugar e no t2 em segundo lugar.

No que respeita ao t1, e tendo em conta apenas os dias de semana, os resultados obtidos (Quadro 4.15.) indicam a existência de efeitos de interação relativamente ao grupo dos estudantes típicos do mesmo curso e ano e dos estudantes típicos da mesma universidade; verificando-se também a existência de efeitos principais das normas prescritivas percebidas, os quais possuem uma intensidade superior à dos efeitos de interação. No que respeita aos outros dois grupos, ou seja, amigos mais próximos e jovens típicos portugueses, embora os modelos globais sejam significativos, os efeitos de interação não o foram, sendo que se verificou apenas o efeito principal das normas

relativamente aos amigos mais próximos, e os efeitos principais das normas e da identificação grupal em relação aos jovens portugueses típicos.

Quadro 4.15. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Prescritivas Percebidas e da Identificação Grupal no Consumo do Próprio no T1 – Dados Relativos aos Dias de Semana

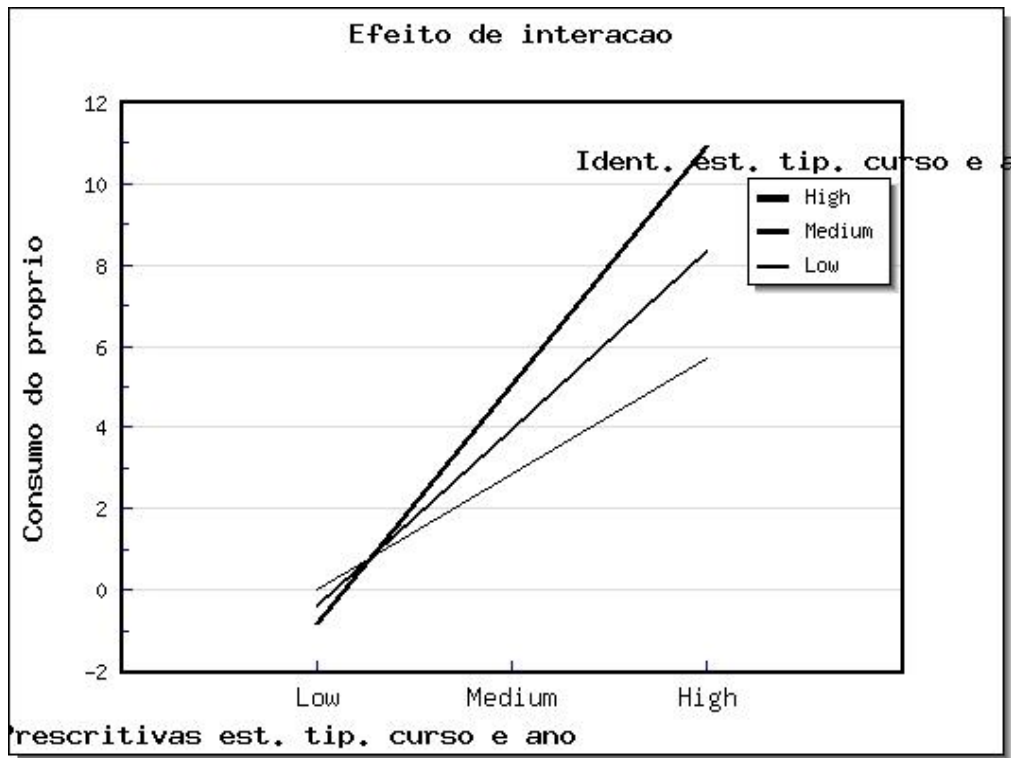
Amigos mais próximos		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,679***	0,415
Identificação com o Grupo		0,006	
Interação		0,018	
	R ² ajustado	0,464***	
	F (3, 261)	77,094	
Estudantes típicos do mesmo curso e ano		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,432***	0,174
Identificação com o Grupo		0,061	
Interação		0,388***	0,140
	R ² ajustado	0,246***	
	F (3, 255)	29,072	
Estudantes típicos da mesma universidade		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,470***	0,140
Identificação com o Grupo		0,015	
Interação		0,393***	0,097
	R ² ajustado	0,143***	
	F (3, 255)	15,305	
Jovens típicos portugueses		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,293*	0,023
Identificação com o Grupo		0,134*	0,018
Interação		-0,072	
	R ² ajustado	0,069***	
	F (3, 255)	7,381	

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

Posteriormente, foram elaboradas as representações gráficas das interações. Assim, e tendo como exemplo os dados relativos ao grupo dos estudantes típicos do mesmo curso e ano, os resultados obtidos na Figura 4.3. demonstram que embora as normas prescritivas percebidas em relação aos estudantes típicos do mesmo curso e ano tenham impacto no consumo nos três níveis de identificação com esse mesmo grupo de referência, esse impacto é tanto maior quanto mais os participantes se identificam com o grupo em questão, o que está de acordo com o que era esperado na hipótese H6a.

Também aqui será apresentada apenas a Figura 4.3. a título de exemplo, uma vez que todas as interações verificadas seguem o mesmo padrão de resultados, logo, as figuras seriam todas idênticas.

Figura 4.3. Consumo do Próprio em função das Normas Prescritivas Percebidas em Relação aos Estudantes típicos do mesmo curso e ano segundo três níveis da Identificação com os Estudantes típicos do mesmo curso e ano – Dados Relativos aos Dias de Semana



Ainda no que respeita ao t1, mas tendo em conta o fim-de-semana, os resultados obtidos (Quadro 4.16.) indicam a existência de efeitos de interação relativamente a três grupos de referência: estudantes típicos do mesmo curso e ano, estudantes típicos da mesma universidade e jovens típicos portugueses, sendo que o único em relação ao qual não existe moderação é o grupo dos amigos mais próximos. Adicionalmente, mantém-se os efeitos principais das normas prescritivas, sendo que nos jovens típicos portugueses se encontra também um efeito principal da identificação com o grupo.

Também aqui foram elaboradas as representações gráficas das interações. Neste âmbito, e utilizando os dados relativos ao grupo dos estudantes típicos do curso e ano como exemplo, os resultados obtidos na Figura 4.4. demonstram o padrão esperado, ou seja, embora as normas prescritivas percebidas em relação aos estudantes típicos do mesmo curso e ano tenham impacto no consumo nos três níveis de identificação com esse grupo de referência, esse impacto é maior quando a identificação com o grupo também é maior, o que também vai ao encontro do que estava previsto na hipótese H6a.

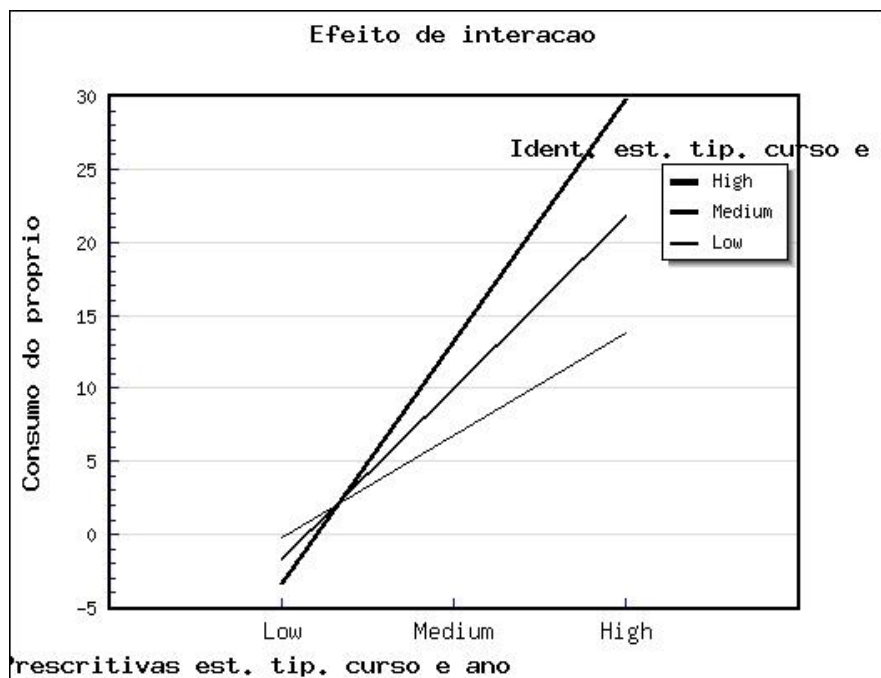
Mais uma vez, será apresentada apenas a Figura 4.4. a título de exemplo.

Quadro 4.16. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Prescritivas Percebidas e da Identificação Grupal no Consumo do Próprio no T1 – Dados Relativos ao Fim-de-Semana

Amigos mais próximos		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,506***	0,248
Identificação com o Grupo		0,075	
Interação		0,079	
R ² ajustado		0,246***	
F (3, 263)		29,983	
Estudantes típicos do mesmo curso e ano		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,610***	0,315
Identificação com o Grupo		0,037	
Interação		0,589***	0,293
R ² ajustado		0,431***	
F (3, 258)		66,952	
Estudantes típicos da mesma universidade		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,569***	0,262
Identificação com o Grupo		0,072	
Interação		0,504***	0,206
R ² ajustado		0,323***	
F (3, 257)		42,396	
Jovens típicos portugueses		Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas		0,330***	0,104
Identificação com o Grupo		0,140*	0,019
Interação		0,251***	0,060
R ² ajustado		0,228***	
F (3, 256)		26,428	

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

Figura 4.4. Consumo do Próprio em função das Normas Prescritivas Percebidas em Relação aos Estudantes típicos do mesmo curso e ano segundo três níveis da Identificação com os Estudantes típicos do mesmo curso e ano – Dados Relativos ao Fim-de-Semana



No que respeita aos dias de semana do t2, os resultados obtidos (Quadro 4.17.) indicam a existência de efeitos de interação significativos em relação aos grupos dos amigos mais próximos e dos estudantes típicos da universidade, sendo também significativos os efeitos principais das normas no que diz respeito a esses dois grupos de referência. Por outro lado, o modelo global não foi significativo nem no que respeita aos estudantes típicos do mesmo curso e ano nem em relação aos jovens típicos portugueses.

Aqui, as representações gráficas das interações também demonstram o padrão esperado, sendo os resultados iguais aos verificados até agora.

Quadro 4.17. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Prescritivas Percebidas e da Identificação Grupal no Consumo do Próprio no T2 – Dados Relativos aos Dias de Semana

Amigos mais próximos	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,519***	0,264
Identificação com o Grupo	0,116	
Interação	0,212*	0,042
R ² ajustado		0,317***
F (3, 84)		14,475
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,152	
Identificação com o Grupo	0,198	
Interação	-0,031	
R ² ajustado		0,019
F (3, 83)		1,567
Estudantes típicos da mesma universidade	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,343**	0,104
Identificação com o Grupo	0,161	
Interação	0,238*	0,048
R ² ajustado		0,121**
F (3, 82)		4,889
Jovens típicos portugueses	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,553	0,075
Identificação com o Grupo	0,090	
Interação	0,412	0,045
R ² ajustado		0,046
F (3, 82)		2,369

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

Ainda no que respeita ao t2, mas tendo em conta o fim-de-semana, os resultados obtidos (Quadro 4.18.) indicam que, embora todos os modelos globais sejam significativos, em nenhum deles se observaram efeitos de interação.

Contudo, é importante realçar que em relação a qualquer um dos grupos de referência se verificaram efeitos principais tanto das normas prescritivas percebidas em relação a cada um desses grupos, bem como da identificação com estes.

Quadro 4.18. Efeitos Principais e Efeitos de Interação das Normas Prescritivas Percebidas e da Identificação Grupal no Consumo do Próprio no T2 – Dados Relativos ao Fim-de-Semana

Amigos mais próximos	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,696***	0,209
Identificação com o Grupo	0,200*	0,039
Interação	-0,213	
R ² ajustado		0,334***
F (3, 85)		15,697
Estudantes típicos do mesmo curso e ano	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,346**	0,115
Identificação com o Grupo	0,271**	0,070
Interação	-0,152	
R ² ajustado		0,162***
F (3, 84)		6,605
Estudantes típicos da mesma universidade	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,486***	0,228
Identificação com o Grupo	0,417***	0,166
Interação	0,144	
R ² ajustado		0,382***
F (3, 83)		18,718
Jovens típicos portugueses	Beta	R ² semiparcial
Normas Descritivas	0,566**	0,102
Identificação com o Grupo	0,347**	0,095
Interação	0,288	
R ² ajustado		0,131**
F (3, 83)		5,327

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

14. Tipicidade do Personagem

Com objetivo de verificar se, de facto, os participantes consideram um personagem com uma norma de consumo elevada como mais semelhante a um estudante universitário típico do que um com uma norma de consumo baixa (H7), foi realizado um Teste t para amostras independentes para averiguar se os personagens apresentados nas duas condições do estudo (Condição 1: Personagem com Norma de Baixo Consumo vs. Condição 2: Personagem com Norma de Consumo Elevado) diferem significativamente em termos de tipicidade.

Os resultados obtidos indicam que existem diferenças significativas entre as médias de tipicidade atribuídas em cada uma das condições, isto é, a cada um dos personagens ($t_{(285)} = -8,944, p < .001$). Assim, os participantes consideram que o personagem descrito no cenário da Condição 2: Norma de Consumo Elevado assemelha-se mais a um/a estudante universitário/a português/a típico/a ($M = 3,50; DP = 0,859$), do que aquele que é descrito na Condição 1: Norma de Baixo Consumo ($M = 2,62; DP = 0,806$).

Os resultados obtidos nesta questão confirmam a hipótese H7.

15. Avaliação do Personagem

Com o objetivo de verificar se os participantes avaliam mais positivamente o alvo com uma norma de consumo baixa do que o alvo com uma norma de consumo elevada (H8) e se essa avaliação é tanto mais positiva quanto mais o comportamento dos participantes estiver de acordo com o comportamento do alvo (H8a), em primeiro lugar os participantes foram divididos consoante o seu próprio consumo, ou seja, foram criadas duas condições: 1) Participantes com Norma de Baixo Consumo; e 2) Participantes com Norma de Consumo Elevado, com base no que estes reportaram na questão sobre o consumo, tanto nos dias de semana como no fim-de-semana.

De seguida, foram realizadas duas ANOVAS a mais de um fator com um *design* 2 (Condição: Personagem com Norma de Consumo Baixo vs. Personagem com Norma de Consumo Elevado) x 2 (Consumo do Próprio: Baixo vs. Elevado), uma relativa aos dias de semana e outra relativa ao fim-de-semana.

No que respeita à ANOVA a mais de um fator relativa aos dias de semana, esta revelou que a avaliação que os participantes fazem dos personagens varia tanto consoante a Condição ($F_{(1, 279)} = 119,407, p < .001$) como consoante o Consumo ($F_{(1, 279)} = 9,213, p < .01$), sendo que o modelo explica 44% da variação total da avaliação do personagem.

Assim, no que respeita ao efeito principal da Condição, embora a avaliação que os participantes fazem de ambos os personagens se situe acima do ponto médio da escala, podendo afirmar-se que ambos são avaliados positivamente, os resultados demonstram que o personagem da Condição 1: Norma de Consumo Baixo ($M = 5,97; DP = 0,897$) é avaliado de forma significativamente mais positiva do que o personagem da Condição 2: Norma de Consumo Elevado ($M = 4,25; DP = 1,108$). Estes resultados suportam a hipótese H8.

Relativamente ao efeito principal do Consumo, os resultados obtidos indicam que, de um modo geral, os participantes com um consumo elevado avaliam ambos os alvos de forma mais positiva ($M = 5,54; DP = 1,146$) do que os participantes com baixos níveis de consumo ($M = 4,98; DP = 1,35$).

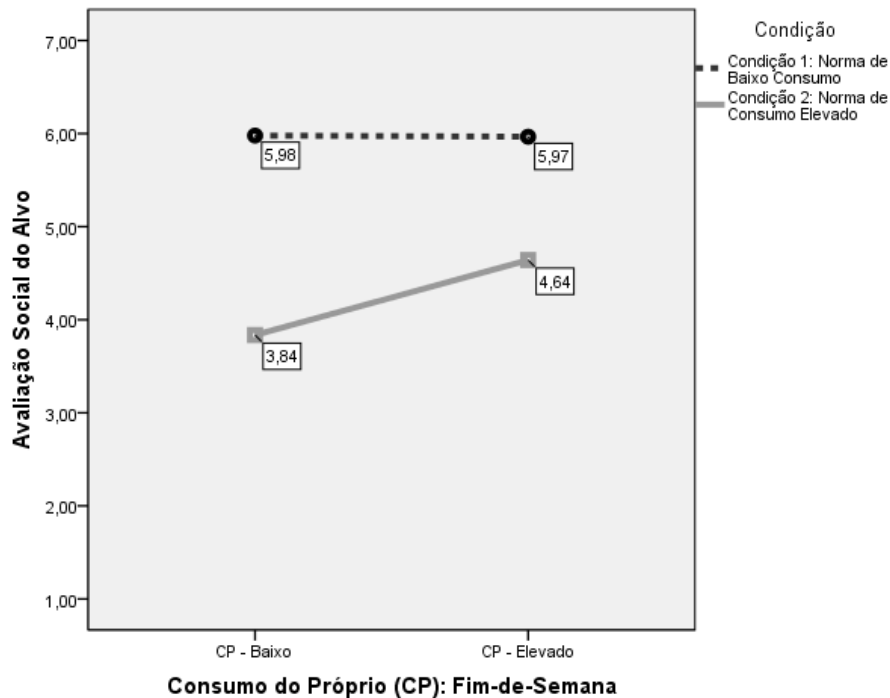
No que concerne à ANOVA a mais de um fator relativa ao fim-de-semana, os resultados obtidos revelam, novamente, a existência de efeitos principais da Condição ($F_{(1, 281)} = 226,494, p < .001$) e do Consumo ($F_{(1, 281)} = 11,856, p < .001$), mas também a existência de um efeito de interação entre ambos ($F_{(1, 281)} = 12,591, p < .001$), sendo que o modelo explica 46,3% da variância na avaliação dos personagens.

Neste âmbito, tal como se pode observar na Figura 4.5., quando se analisa a avaliação do personagem da Condição 2: Norma de Consumo Elevado, verifica-se que os participantes com níveis mais elevados de consumo avaliam este personagem de forma significativamente mais positiva do que os participantes com níveis de consumos mais baixos.

Contudo, quando se observa a avaliação do personagem da Condição 1: Norma de Consumo Baixo, os participantes com um baixo consumo avaliam-no da mesma forma que os participantes com consumo elevado.

Assim, estes resultados suportam a hipótese H8a apenas parcialmente.

Figura 4.5. Avaliação da Personagem segundo a Condição e o Consumo do Próprio



Capítulo V – Discussão

Com este trabalho pretendia-se examinar não só as tendências de consumo de álcool em jovens universitários portugueses e verificar se existem reduções no consumo ao longo da sua evolução no percurso académico, mas também examinar as suas normas percebidas sobre o consumo em relação a diferentes grupos de referência e até que ponto é que a identificação com esses mesmos grupos modera as relações existentes entre as normas percebidas e o consumo dos próprios estudantes.

Adicionalmente, tinha-se também o objetivo de perceber em que medida é que os estudantes universitários percecionam a redução do consumo de álcool como um comportamento socialmente desejável, analisando a avaliação que estes fazem das normas de consumo baixo e elevado.

Os resultados obtidos permitiram suportar completamente algumas hipóteses, parcialmente outras, foram contrários ao que se esperava noutras ainda e, adicionalmente, foram também encontrados alguns resultados que não eram esperados.

Nas secções seguintes, esses resultados serão discutidos com base no enquadramento teórico exposto no Capítulo II deste trabalho.

1. Consumo do Próprio e Normas Percebidas

De uma maneira geral, os resultados não corroboram aquilo que tem sido verificado na literatura acerca de um decréscimo no consumo de álcool à medida que os estudantes avançam no seu percurso académico (Neighbors et al., 2006; Ferrer et al., 2012). De facto, o consumo manteve estável do primeiro para o segundo tempo de medida, tanto nos dias de semana como ao fim-de-semana. Adicionalmente, esperar-se-ia que, se o consumo tem tendência a diminuir, os estudantes de anos mais avançados consumissem menos álcool do que os estudantes dos primeiros anos. A maioria dos resultados obtidos não aponta nesta direção, uma vez que, embora não existam diferenças significativas, aqueles onde o consumo médio tende a ser mais elevado são os do 2º e do 3º ano.

Contudo, os dados relativos ao fim-de-semana no t2 revelam um resultado promissor: os participantes do 4º ano consomem significativamente menos do que os do 2º ano. No entanto, há um aspeto que tem que ser acautelado quando se interpretam estes resultados – os estudantes do 4º ano pertencem todos a cursos ligados às Ciências da Saúde, uma vez que só estes continuam a ter licenciaturas de quatro anos pós-Bolonha. Neste sentido, poder-se-á estar a fazer uma comparação abusiva, uma vez que os grupos de estudantes do 2º e do 4º ano poderão ser diferentes na medida em que os primeiros serão estudantes de todos os tipos de cursos, mas os segundos serão estudantes apenas de Enfermagem e Medicina, por exemplo. Assim, o facto de os alunos do 4º ano consumirem menos do que os do 2º ano pode dever-se à norma vigente entre esses alunos, os quais podem estar mais alerta para os malefícios do consumo de álcool devido à sua formação, e ser por essa razão que consomem menos.

Os resultados relativamente às normas descritivas percebidas também não vão ao encontro daquilo que era esperado, tendo em conta que não se verificou nenhum decréscimo significativo do t1 para o t2, independentemente do grupo de referência considerado; verificando-se mesmo dois aumentos significativos no grupo dos amigos mais próximos e no grupo dos estudantes típicos da mesma universidade. Este resultado, embora não fosse esperado, poderá ser explicado pelo momento em que decorreram as recolhas dos dados do t1 e do t2 e aquilo que sucedeu no intervalo de tempo entre um e outro. Neste sentido, os participantes responderam ao questionário do t1 entre 22 de fevereiro e 11 de abril, e começaram a responder ao questionário do t2 no dia 3 de Junho. Aqui, é importante realçar que a Queima das Fitas de Coimbra aconteceu entre os dias 3 e 10 de maio, a do Porto entre os dias 4 e 11 de maio e a de Lisboa entre os dias 13 e 18 de maio, sendo que todas elas ocorreram durante o intervalo de tempo entre a recolha de dados do t1 e a recolha de dados do t2. Desta forma, os aumentos percebidos pelos participantes no consumo de álcool por parte dos seus amigos mais próximos e dos estudantes típicos da mesma universidade podem dever-se a um aumento efetivo do consumo, o qual se relacionou, acima de tudo, com a altura do ano letivo, ou seja, com as festividades académicas associadas à Queima das Fitas.

No que respeita às normas prescritivas, os resultados confirmaram totalmente aquilo que era esperado, uma vez que, tal como no estudo de Ferrer et al. (2012), se mantiveram estáveis do

primeiro para o segundo tempo de medida, não havendo nenhuma diferença significativa em nenhum dos grupos de referência considerados.

Tendo em conta que os participantes perceberam que qualquer um dos grupos de referência considerados neste trabalho consome significativamente mais álcool do que aqueles que eles próprios consomem, outra hipótese totalmente confirmada foi a H5, que previa que as normas descritivas percebidas em relação aos grupos de referência seriam mais elevadas do que o consumo do próprio. Este resultado é consistente com a literatura anterior que tem verificado, sistematicamente, que os estudantes universitários sobrestimam a quantidade e a frequência do consumo de álcool por parte dos outros estudantes (Baer et al., 1991; Borsari & Carey, 2003; Perkins, 2002, 2003; Larimer et al., 2004; Lewis & Neighbors, 2004).

Porém, quando se começam a considerar os impactos das normas percebidas, tanto descritivas como prescritivas, no consumo do próprio, os resultados começam a ser mais complexos. Verificam-se os resultados esperados nas análises realizadas com alguns dos grupos de referência, onde as normas prescritivas percebidas ou não têm qualquer efeito no consumo ou, quando têm, esse efeito é inferior ao das normas descritivas percebidas, sendo o efeito de ambas positivo, o que confirma as hipóteses H3 e H4. Porém, existem grupos de referência onde se verifica precisamente o contrário, ou seja, são as normas prescritivas percebidas que têm mais impacto no consumo e, por vezes, esse impacto chega a ser negativo. Uma das explicações possíveis para estes resultados poderá ser o facto de, tal como defendem Cialdini (2003, 2005) e Schultz et al. (2007), as normas descritivas e as normas prescritivas influenciarem o comportamento por diferentes vias. De facto, um processamento mais automático da informação relativa às normas descritivas pode levar a enviesamento como, por exemplo, perceber o consumo como sendo elevado quando este não o é, uma vez que podem ser tidas em conta apenas as situações que corroboram essa percepção. Porém, tal como explicam Goldstein & Cialdini (2009), se as normas prescritivas se relacionam com o que é aprovado pelos outros, os indivíduos necessitam de realizar um processamento cognitivo da informação para chegarem até às regras da cultura em questão. Assim, esse processamento necessário em relação às normas prescritivas pode travar o processamento automático relativo às normas descritivas, o que já tem sido observado na literatura (e.g. Schultz et al., 2007). O facto das normas prescritivas terem um impacto maior (por vezes negativo) no consumo somente no que respeita a alguns grupos de referência, poderá dever-se à distância desses grupos relativamente aos participantes. Assim, sendo grupos mais distantes, os participantes podem ter que fazer um processamento mais exaustivo da informação, na medida em que, não conhecendo tão bem os grupos, podem ter mais dificuldades em perceber as suas normas o que, por sua vez, pode realçar mais as normas prescritivas do que as descritivas.

É importante realçar que o padrão que parece ser consistente, pelo menos no t1, é que os resultados esperados são encontrados quando se consideram os grupos mais próximos dos participantes, enquanto que os resultados que não eram esperados pertencem às análises com os grupos de referência mais distantes. De facto, Larimer et al. (2011) já tinham alertado para este fenómeno, afirmando que as normas percebidas, bem como o seu impacto, varia consoante a especificidade do grupo de referência considerado e que, além disso, as percepções dos estudantes

em relação ao comportamento e às atitudes dos outros vão-se aproximando mais da realidade quanto mais próximo for o grupo de referência.

No que respeita aos resultados relativos ao t2, estes são ainda mais díspares, apresentando diferenças em relação aos resultados que foram obtidos no t1, mas também entre os resultados relativos aos dias de semana e ao fim-de-semana. Nos dias de semana, só as normas descritivas percebidas dos amigos mais próximos tiveram efeito positivo no consumo, sendo que nenhum dos outros modelos foi significativo. Ao fim-de-semana os resultados seguem o padrão esperado no que se refere a grupos mais distantes (e.g. jovens típicos portugueses), mas não quando se consideram grupos mais próximos como os estudantes típicos do mesmo curso e ano. Contudo, estes resultados apontam para a influência da identificação com o grupo de referência, uma vez que, embora se considere o grupo dos jovens portugueses típicos como mais distante dos participantes do que o grupo dos estudantes típicos do mesmo curso e ano, a verdade é que os participantes se identificaram de igual forma com ambos no t1 e, no t2, chegaram mesmo a identificar-se significativamente mais com os jovens típicos portugueses do que com os estudantes típicos do mesmo curso e ano.

2. Consumo do Próprio, Normas Percebidas e Identificação Grupal

Em primeiro lugar, tal como foi referido acima, um resultado interessante no que respeita à identificação grupal é que, embora se pudesse considerar o grupo dos jovens típicos portugueses como aquele com que estes se identificariam menos por ser o mais distante, isso não se verificou. No t1 os participantes identificaram-se tanto com os jovens típicos portugueses como com os estudantes típicos do mesmo curso e ano, sendo que, no t2, os jovens típicos portugueses são o segundo grupo com o qual mais se identificam, ficando atrás apenas dos amigos mais próximos, e à frente dos estudantes típicos do curso e ano e da universidade.

No que respeita ao efeito moderador da identificação com o grupo de referência na relação entre as normas percebidas e o consumo, de um modo geral, os resultados obtidos vão ao encontro daquilo que se esperava e, mesmo não se verificando moderações no que respeita a alguns grupos de referência, são consistentes com a literatura, uma vez que também outros autores (e.g. Reed et al., 2007; Neighbors et al., 2010) encontraram os resultados esperados relativamente a alguns grupos (e.g. estudantes típicos do mesmo sexo), mas não em relação a outros (e.g. estudantes típico da mesma fraternidade/irmandade).

Assim, um dos resultados mais interessantes prende-se com o facto de as normas dos amigos mais próximos terem sempre efeito no consumo, independentemente de existir efeito de interação ou da identificação. Uma das explicações possíveis para este resultado poderá ser o elevado nível de identificação com este grupo. De facto, foi o único grupo de referência cujo nível de identificação ultrapassou o ponto médio da escala. Desta forma, mesmo os participantes que se identificam menos com os amigos mais próximos, por comparação àqueles que se identificam mais, continuam a ter um nível elevado de identificação com esse grupo em termos absolutos, o que faz

com que o efeito de interação não seja significativo. Contudo, tendo em conta o nível elevado de identificação com os amigos mais próximos que foi verificado, pode afirmar-se que este grupo é saliente e importante para a autorrepresentação dos participantes (White et al., 2002, citados por Goldstein & Cialdini, 2009) bem como “carrega” um significado importante para eles (Terry et al., 1999, citados por Goldstein & Cialdini, 2011), o que poderá explicar o facto de as normas percebidas relativamente a este grupo terem sempre efeito no consumo dos participantes.

De um modo geral, os resultados obtidos com as análises dos dados relativos aos grupos dos estudantes típicos do mesmo curso e ano e dos estudantes típicos da mesma universidade foram aqueles que mais se aproximaram daquilo que era esperado. Nestes, a relação entre as normas descritivas percebidas e o consumo do próprio foi moderada pela identificação com os respetivos grupos de referência, sendo que essa moderação vai no sentido esperado na medida em que quanto mais os participantes se identificam com os dois grupos em questão, maior é o efeito das normas descritivas no consumo. Estes resultados estão de acordo com o que é preconizado pelas teorias da identidade social (Terry & Hogg, 1996, citados por Neighbors et al., 2010) e da auto-categorização (Turner et al., 1987, citados por Neighbors et al., 2010) e são consistentes com o que foi demonstrado Neighbors et al. (2010).

No entanto, no que se refere às normas prescritivas percebidas, estes resultados continuam a verificar-se relativamente ao grupo dos estudantes típicos da mesma universidade, mas não com o grupo dos estudantes típicos do mesmo curso e ano. Neste âmbito, estes resultados poderão indicar que o papel da identificação grupal difere consoante o tipo de norma que estiver a ser considerada, o que poderá estar relacionado com as diferentes vias de influência das normas no comportamento, ou seja, com o tipo de processamento que é feito para cada um dos tipos de normas (Cialdini, 2003, 2005; Schultz et al., 2007; Goldstein & Cialdini, 2009, 2011).

Outro resultado interessante é o facto de o grupo dos jovens típicos portugueses ser aquele onde mais consistentemente se verificam efeitos principais da identificação, os quais surgem inclusivamente quando não existem efeitos de interação. Este resultado, bem como o facto de os participantes se identificarem mais com este grupo do que com os estudantes típicos do mesmo curso e ano e da mesma universidade, poderão ser explicados pela abrangência do grupo em questão. De facto, tendo em conta que o grupo dos jovens típicos portugueses é bastante abrangente, os participantes poderão estar a pensar em diferentes subgrupos existentes dentro desse grupo. Assim, as normas percebidas e o nível de identificação poderão variar na medida em que os subgrupos considerados pelos participantes também variem, o que poderá provocar as inconsistências encontradas nos resultados.

Por fim, outro resultado interessante foi o facto de não terem sido encontrados efeitos de interação relativamente a nenhum dos grupos de referência, no que respeita aos modelos que incluíam as normas prescritivas, ao fim-de-semana, no t2. Estes resultados poderão indicar, não só a existência de efeitos diferentes da identificação consoante o tipo de norma considerado, como também a existência de efeitos temporais tanto nas normas como na identificação grupal, ou seja, os grupos com os quais os estudantes se identificam nos primeiros anos da universidade poderão não ser os mesmos com que se identificam nos anos mais avançados, sendo que os níveis de

identificação com um determinado grupo poderão alterar-se à medida que avançam no seu percurso académico.

3. Tipicidade e Avaliação da Personagem

Tal como era previsto, os participantes consideraram o personagem com a norma de consumo elevado como mais semelhante ao estudante universitário típico do que o personagem com a norma de baixo consumo. Assim sendo, e tal como preconizado pela teoria da regulação do desvio (Blanton et al., 2001; Blanton & Christie, 2003) esperava-se que os participantes avaliassem o personagem com a norma de baixo consumo (comportamento contra normativo) mais positivamente que o personagem com a norma de consumo elevado.

De facto, os participantes avaliaram o personagem com a norma de baixo consumo de forma significativamente mais positiva do que o personagem com a norma de consumo elevado, o que vai ao encontro do que era esperado.

Porém, também se esperava que os participantes cujo comportamento fosse semelhante ao do personagem contra normativo, ou seja, os participantes com um nível baixo de consumo, avaliassem este último de forma significativamente mais positiva do que os participantes que consomem níveis mais elevados de álcool, o que não se verificou.

Além disso, esperava-se ainda que o personagem com a norma de consumo elevado fosse avaliado de forma negativa, o que demonstraria a percepção dos participantes acerca da desejabilidade social de um consumo de álcool reduzido. Neste âmbito, pode afirmar-se que, embora o personagem com a norma de consumo elevado seja avaliado de forma significativamente menos positiva que o personagem com a norma de consumo baixo, aquele continua a ser avaliado de forma bastante positiva uma vez que a média da avaliação se situa acima do ponto médio da escala. Os resultados indicam que ambos os personagens são avaliados de forma positiva, independentemente da norma de consumo que representem.

Desta forma, pode afirmar-se que os resultados não corroboram o que foi preconizado de acordo com a teoria da regulação do desvio (Blanton et al., 2001; Blanton & Christie, 2001) pois o consumo elevado é percebido como normativo, mas não existe uma condenação do mesmo, a qual seria de esperar se os participantes percebessem a redução do consumo como um comportamento desejável.

4. Dias de Semana vs. Fim-de-Semana

Dos resultados obtidos neste trabalho, um dos mais interessantes relaciona-se com as diferenças encontradas consoante a altura da semana que é considerada, ou seja, as diferenças entre os resultados obtidos com os dados relativos aos dias de semana e com os dados relativos ao

fim-de-semana. De facto, pode mesmo afirmar-se que esse é o resultado mais consistente em todo o estudo.

Neste sentido, quando se comparam os dias de semana com o fim-de-semana, os resultados obtidos indicam que os participantes:

- Consomem significativamente mais álcool entre 6ª feira e domingo (fim-de-semana) do que entre 2ª feira e 5ª feira (dias de semana);
- Percecionam que todos os grupos de referência considerados também consomem significativamente mais ao fim-de-semana do que durante a semana,
- Percecionam que todos os grupos de referência aceitam e aprovam significativamente mais o consumo ao fim-de-semana do que nos dias de semana.

Além disso, os resultados relativos ao impacto das normas percebidas no consumo, bem como do papel moderador da identificação com o grupo de referência na relação entre as normas percebidas e o consumo, são mais consistentes quando se analisam os dados relativos ao fim-de-semana, por comparação com os dados dos dias de semana.

Estes resultados corroboram aquilo que vem sendo apontado acerca de o padrão de consumo dos jovens ser diferente do padrão de consumo dos adultos na medida em que estes últimos consomem regularmente, todos os dias até, enquanto que aqueles consomem principalmente nas férias e ao fim-de-semana (Calafat, 2002; Baptista, 2004; Freyssinet-Domijon & Wagner, 2006, citados por Agante, 2009).

Paralelamente, os resultados alertam para a importância e a atenção que deve ser dada a aspetos e fatores contextuais e situacionais do consumo de álcool nos jovens como, por exemplo, a altura e os locais de consumo, pois estes parecem desempenhar um papel importante na determinação do mesmo.

5. Limitações

Uma das primeiras limitações que se podem apontar a este trabalho refere-se à metodologia utilizada. Neste aspeto, uma vez que as questões relativas ao consumo pediam aos participantes que indicassem um número que correspondesse à quantidade de bebidas alcoólicas que consomem habitualmente, as suas respostas podem ter sido influenciadas pela desejabilidade social, levando-os a indicar consumos mais baixos do que aquilo que realmente são. Adicionalmente, o facto de os dados terem sido recolhidos através da internet também faz com que não se conheçam as condições em que os participantes responderam ao questionário e quais as circunstâncias que podem ter tido influência nas suas respostas.

Outra limitação relaciona-se intrinsecamente com o carácter longitudinal do estudo. Ao ter dois tempos de medida, verificou-se uma mortalidade elevada do primeiro para o segundo tempo, o que fez com que a amostra relativa ao t2 fosse substancialmente mais pequena que a do t1, o que pode ter influência nos resultados. De facto, talvez seja a isso que devem algumas das

incongruências verificadas entre os resultados que foram encontrados no t1 e aqueles que foram obtidos no t2.

Adicionalmente, uma outra limitação é o facto de só terem sido utilizados dois tempos de medida e de o intervalo entre eles ter sido de apenas 3 meses. A utilização de mais tempos de medida e de intervalos maiores poderia revelar resultados diferentes como, por exemplo, os decréscimos no consumo que eram esperados.

Por fim, pode ainda considerar-se como limitação o facto de não se ter conseguido recolher dados suficientes para comparar participantes de diferentes cursos, estabelecimentos de ensino e zonas do país, pois tal como foi referido acima, os estudantes de diferentes cursos podem variar nas suas normas.

6. Pesquisa Futura

Pesquisas futuras podem estender os resultados aqui obtidos de diferentes formas. Em primeiro lugar, podem utilizar grupos de referência diferentes dos que foram utilizados neste trabalho e procurar perceber se se verificam os mesmos resultados com esses outros grupos, tendo em conta a sua especificidade.

Em segundo lugar, podem ser realizados outros estudos longitudinais com uma distância temporal maior e que investiguem melhor a evolução não só do consumo, mas também das normas descritivas e prescritivas desde antes da entrada no ensino superior até à saída deste.

Adicionalmente, outros estudos podem procurar estabelecer os níveis de identificação grupal com diferentes grupos de referência, uma vez que, tal como indicam os resultados aqui obtidos, os participantes podem identificar-se fortemente com grupos que se pensa serem distantes. Além disso, podem tentar compreender como é que a identificação grupal evolui ao longo do tempo e se se verificam diferenças no tipo de grupo com os quais os estudantes se identificam no início e no fim do percurso académico, por exemplo.

No futuro, as pesquisas realizadas poderão também ter em conta aquilo que aqui foi apontado relativamente aos estudantes de diferentes cursos, universidades e zonas do países, procurando compreender até que ponto é que as normas variam de acordo com esses aspetos.

Por fim, um dos fatores que deve ser considerado na pesquisa futura são os aspetos mais contextuais e situacionais do consumo de álcool como, por exemplo, o local e a altura em que os estudantes consomem, pois como indicam as diferenças entre os dias de semana e o fim-de-semana aqui encontradas, esses fatores parecem revestir-se de particular importância no que respeita ao consumo de álcool nos jovens estudantes universitários.

Conclusão

A principal ambição deste trabalho era fornecer uma perspetiva sobre o papel das normas sociais e da identificação grupal no consumo de álcool em jovens estudantes universitários. Após tudo o que acima fica exposto, considera-se cumprida essa ambição.

Os resultados obtidos e o seu enquadramento na literatura permitiu distinguir padrões que vão ao encontro daquilo que tem sido demonstrado e, para além disso, apontam caminhos novos que a investigação futura poderá explorar.

Adicionalmente, este trabalho tem também aplicações práticas. Na medida em que a maioria das intervenções desenvolvidas com o objetivo de reduzir o consumo de álcool entre os estudantes universitários são intervenções normativas, este trabalho vem alertar para o facto de essas intervenções terem que considerar fatores adicionais que podem ter impacto na sua eficácia.

A investigação deve ter como objetivo melhorar a prática, e a prática deve suportar-se naquilo que a investigação encontra. Novas intervenções normativas, que tenham em conta o papel da identificação grupal na relação entre normas e consumo, irão obter melhores resultados, promovendo melhorias na saúde e bem-estar tanto dos estudantes universitários como da sociedade em geral.

Referências

- Aarts, H., & Dijksterhuis, A. (2003). The silence of the library: Environment, situational norm and social behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 18-28.
- Agante, D. (2009). *Comportamentos relacionados com o consumo de bebidas alcoólicas durante as festas académicas nos estudantes do ensino superior*. Dissertação de Mestrado em Saúde Pública. Coimbra: Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra.
- Anderson, P., & Baumberg, B. (2006). *Alcohol in Europe*. London: Institute of Alcohol Studies.
- Aron, A., Aron, E., & Smollan, D. (1992). Inclusion of the other in the self scale and the structure of interpersonal closeness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 596-612.
- Asch, S. (1956). Studies of independence and conformity: A minority of one against an anonymous majority. *Psychological Monographs: General and Applied*, 70, 1-70.
- Babor, T. (s.d.). The classification of alcoholics. *Alcohol, Health & Research*, (Online), 20. Disponível em: <https://vpn2.iscte.pt/+CSCO+00756767633A2F2F6A726F2E726F667062756266672E70627A++/ehost/detail?vid=3&sid=4ee219a6-c0d7-48fa-ae23-d32be44238b4%40sessionmgr114&hid=114&bdata=JnNpdGU9ZWlhvc3QtbGl2ZSZy29wZT1zaXRl#db=psyh&AN=1996-06323-001&anchor=AN9709110001-6>
- Baer, J., Stacy, A., & Larimer, M. (1991). Biases in the perception of drinking norms among college students. *Journal of Studies on Alcohol*, 52, 580-586.
- Balsa, C., Vital, C., & Pascueiro, L. (2011). *O consumo de bebidas alcoólicas em Portugal. Prevalência e padrões de consumo, 2001-2007*. Lisboa: Instituto da Droga e da Toxicodpendência, I. P.
- Bennet, P., & Murphy, S. (1999). *Psicologia e promoção da saúde* (1ª ed.). Lisboa: Climepsi.
- Blanton, H., & Christie, C. (2003). Deviance regulation: A theory of action and identity. *Review of General Psychology*, 2, 115-149.
- Blanton, H., Stuart, A., & VandenEijnden, R. (2001). An introduction to deviance-regulation theory: The effect of behavioral norms on message framing. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 848-858.
- Borsari, B., & Carey, K. (2001). Peer influences on college drinking: A review of the research. *Journal of Substance abuse*, 13, 391-424.
- Borsari, B., & Carey, K. (2003). Descriptive and injunctive norms in college drinking: A meta-analytic integration. *Journal of Studies on Alcohol*, 64, 331-341.
- Carter, C., & Kahnweiler, W. (2000). The efficacy of the social norms approach to substance abuse prevention applied to fraternity men. *Journal of American College Health*, 49, 66-71.
- Cialdini, R. (2003). Crafting normative messages to protect the environment. *Current Directions in Psychological Science*, 12, 105-109.
- Cialdini, R. (2005). Basic social influence in underestimated. *Psychological Inquiry*, 16, 158-161.
- Cialdini, R., & Goldstein, N. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology*, 55, 591-621.
- Cialdini, R., Reno, R., & Kallgren, C. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1015-1026.

- Cleveland, M., Feinberg, M., & Jones, D. (2012). Predicting alcohol use across adolescence: Relative strength of individual, family, peer, and contextual risk and protective factors. *Psychology of Addictive Behaviors, 26*, 703-713.
- Collins, R. L., Parks, G. A., & Marlatt, G. A. (1985). Social determinants of alcohol consumption: The effects of social interaction and model status on the self-administration of alcohol. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 53*, 189-200.
- Dawson, D. (2003). Methodological issues in measuring alcohol use. *National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism*. (Online). Disponível em: <http://pubs.niaaa.nih.gov/publications/arh27-1/18-29.htm>
- Dawson, D., Goldstein, R., Chou, S., Ruan, W., & Grant, B. (2008). Age at first drink and the first incidence of adult-onset DSM-IV alcohol use disorders. *Alcohol Clin Exp Res, 32*, 2149-2160.
- Deutsch, M., & Gerard, H. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 51*, 629-636.
- Ferrer, R., Dillard, A., & Klein, W. (2012). Projection, conformity and deviance regulation: A prospective study of alcohol use. *Psychology and Health, 27*, 688-703.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*, 117-140.
- Fugas, C. (2010). *Percepções sobre as normas emergentes e comportamentos de segurança: Antecedentes, mediadores e moderadores sociocognitivos dos comportamentos*. Dissertação de Doutoramento em Psicologia do Trabalho e das Organizações. Lisboa: ISCTE – Instituto Universitários de Lisboa.
- Fugas, C., Meliá, J., & Silva, S. (2011). The “is” and the “ought”: How do perceived social norms influence safety behaviors at work? *Journal of Occupational Health Psychology, 16*, 67-79.
- Grácio, J. (2009). *Determinantes do consumo de bebidas alcoólicas nos estudantes do ensino superior de Coimbra*. Dissertação de Mestrado em Saúde Pública. Coimbra: Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra.
- Goldstein, N., & Cialdini, R. (2009). Normative influences on consumption and conservation behaviors. In M. Wanke (Ed.). *Social Psychology of Consumer Behavior*. (pp. 273-296). New York: Psychology Press.
- Goldstein, N., & Cialdini, R. (2011). Using social norms as a lever of social influence. In A. Pratkanis (Ed.). *The Science of Social Influence: Advances and Future Progress*. (pp. 167-191). New York: Psychology Press.
- Halim, A., Hasking, P., & Allen, F. (2012). The role of social drinking motives in the relationship between social norms and alcohol consumption. *Addictive Behaviors, 37*, 1335-1341.
- Instituto da Droga e da Toxicodependência, I. P. (2010). *Plano nacional para a redução dos problemas ligados ao álcool 2010-2012*. Lisboa: Instituto da Droga e da Toxicodependência, I. P.
- Jasinski, J., & Ford, J. (2007). Sexual orientation and alcohol use among college students: The influence of drinking motives and social norms. *Journal of Alcohol and Drug Education, 51*, 63-82.
- Jesuino, J. C. (2006). Estruturas e processos de grupo. In J. Vala & M. B. Monteiro (Eds.). *Psicologia Social* (7ª ed.) (pp. 293-331). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Johnston, K., & White, K. (2003). Binge-drinking: A test of the role of group norms in the theory of planned behavior. *Psychology and Health, 18*, 63-77.
- Jose, P. E. (2013). *ModGraph-I: A programme to compute cell means for the graphical display of moderational analyses: The internet version, Version 3.0*. Victoria University of Wellington,

- Wellington, New Zealand. Disponível em: <http://pavlov.psyc.vuw.ac.nz/paul-jose/modgraph/modgraph.php>
- Kraus, L., Metzner, C., Piontek, D. (2010). Alcopops, alcohol consumption and alcohol-related problems in a sample of German adolescents: Is there an alcopop-specific effect?. *Drug and Alcohol Dependence*, 110, 15-20.
- Krueger, J., & Clement, R. (1997). Estimates of social consensus by majorities and minorities: The case for social projection. *Personality and Social Psychology Review*, 1, 299-313.
- Lancet (2008). Calling time on young people's alcohol consumption. *The Lancet*, (Online), 371. Disponível em: [http://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(08\)60386-4/fulltext](http://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(08)60386-4/fulltext).
- Larimer, M., Neighbors, C., LaBrie, J., Atkins, D., Lewis, M., Lee, C., Kilmer, J., Kaysen, D., Pedersen, E., Montoya, H., Hodge, K., Desai, S., Hummer, J., & Walter, T. (2011). Descriptive drinking norms: For whom does reference group matter? *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 72, 833-843.
- Larimer, M., Turner, A., Mallet, K., & Geisner, I. (2004). Predicting drinking behaviour and alcohol-related problems among fraternity and sorority members: Examining the role of descriptive and injunctive norms. *Psychology of Addictive Behaviors*, 18, 203-212.
- Lewis, M., & Neighbors, C. (2004). Gender-specific misperceptions of college student drinking norms. *Psychology and Addictive Behaviors*, 18, 334-339.
- Lewis, M., Neighbors, C., Geisner, I., Lee, C., Kilmer, J., & Atkins, D. (2010). Examining the associations among severity of injunctive drinking norms, alcohol consumption, and alcohol-related negative consequences: The moderating roles of alcohol consumption and identity. *Psychology of Addictive Behaviors*, 24, 177-189.
- Littlefield, A., Vergés, A., Wood, P., & Sher, K. (2012). Transactional models between personality and alcohol involvement: A further examination. *Journal of Abnormal Psychology*, 121, 778-783.
- Marcão, A. (2008). *Dimensões da conjugalidade e as relações com as diferenças de sexo e de nível de escolaridade*. Dissertação de Mestrado em Psicologia. Lisboa: Faculdade de Psicologia e Ciência da Educação da Universidade de Lisboa.
- Marlatt, G., Baer, J., Kivlahan, D., Dimeff, L., Larimer, M., Quigley, L., Somers, J., & Williams, E. (1998). Screening brief intervention for high-risk college student drinkers: Results from a 2-year follow-up assessment. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 66, 604-615.
- Marques, A. (2001). O uso do álcool e a evolução do conceito de dependência de álcool e outras drogas e tratamento. *Revista IMESC*, 3, 73-86.
- Martinez, J., Sher, K., & Wood, P. (2008). Is heavy drinking really associated with attrition from college? The alcohol-attrition paradox. *Psychology of Addictive Behaviors*, 22, 450-456.
- Martins, J., Coelho, M., & Ferreira, J. (2010). Hábitos de consumo de álcool em estudantes do ensino superior universitário: alguns dados empíricos. *Psicologica*, 53, 397-411.
- McCroskey, J., & McCain, T. (1974). The measurement of interpersonal attraction. *Speech Monographs*, 41, 261-266.
- Mello, M. L., Barrias, J., & Breda, J. (2001). *Álcool e problemas ligados ao álcool em Portugal*. Lisboa: Direcção-Geral da Saúde.
- Merrill, J., Read, J., & Barnett, N. (2013). The way one thinks affects the way one drinks: Subjective evaluations of alcohol consequences predict subsequent change in drinking behavior. *Psychology of Addictive Behaviors*, 27, 42-51.

- Milgram, S., Bickman, L., & Berkowitz, L. (1969). Note on the drawing power of crowds of diferente size. *Journal of Personality and Social Psychology*, 13, 79-82.
- Miller, W., & Chappel, J. (1991). History of disease concept. *Psychiatric Annuary*, 21, 1-8.
- Neighbors, C., Dillard, A., Lewis, M., Bergstrom, R., & Neil, T. (2006). Normative misperceptions and temporal precedence of perceived norms and drinking. *Journal of Studies on Alcohol*, 67, 290-299.
- Neighbors, C., LaBrie, J., Hummer, J., Lewis, M., Lee, C., Desai, S., Kilmer, J., & Larimer, M. (2010). Group identification as a moderator of the relationship between perceived social norms and alcohol consumption. *Psychology of Addictive Behaviors*, 24, 522-528.
- Neighbors, C., Larimer, M., & Lewis, M. (2004). Targeting misperceptions of descriptive drinking norms: Efficacy of a computer-delivered personalized normative feedback intervention. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 72, 434-447.
- Neighbors, C., Lee, C., Lewis, M., Fossos, N., & Larimer, M. (2007). Are social norms the best predictor of outcomes among heavy-drinking college students? *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 68, 556-565.
- Neighbors, C., Lee, C., Lewis, M., Fossos, N., & Walter, T. (2009). Internet-based personalized feedback to reduce 21st-birthday drinking: A randomized controlled trial of na event-specific prevention intervention. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 77, 51-63.
- Neighbors, C. Lewis, M., Bergstrom, R. & Larimer, M. (2006). Being controlled by normative influences: Self-determination as a moderator of a normative feedback alcohol intervention. *Health Psychology*, 25, 571-579.
- Neighbors, C., O'Connor, R., Lewis, M., Chawla, N., Lee, C., & Fossos, N. (2008). The relative impacto f injunctive norms on college student drinking: The role of reference group. *Psychology of Addictive Behaviors*, 22, 576-581.
- Ogden, J. (2004). *Psicologia da saúde*. (2ª ed.). Lisboa: Climepsi.
- Phua, J. (2013). The reference group perspective for smoking cessation: Na examination of the influence of social norms and social identification with reference groups on smoking cessation self-efficacy. *Psychology of Addictive Behaviors*, 27, 102-112.
- Pillon, S., & Luis, M. (2004). Modelos explicativos para o uso de álcool e drogas e a prática da enfermagem. *Revista Ibero-Americana de Enfermagem*, 12, 676-682.
- Porter, S. R., & Pryor, J. (2007). The effects of heavy episodic alcohol use on student engagement, academic performance, and time use. *Journal of College Student Development*, 48, 455-467.
- Reed, M., Lange, J., Ketchie, J., & Clapp, J. (2007). The relationship between social identity, normative information, and college student drinking. *Social Influence*, 2, 269-294.
- Rehm, J., Baliunas, D., Borges, G., Graham, K., Irving, H., Kehoe, T., Parry, C., Patra, J., Popova, S., Poznyak, V., Roerecke, M., Room, R., Samokhvalov, A., & Taylor, B. (2010). The relation between different dimensions of alcohol consumption and burden of disease – An overview. *Addiction*, 105, 817-843.
- Rehm, J., Mathers, C., Popova, S., Thavorncharoensap, M., Teerawattananon, Y., & Patra, J. (2009). Global burden of disease and injury and economic cost attributable to alcohol use and alcohol-use disorders. *The Lancet*, 373, 2223-2233.
- Rimal, R. (2008). Modeling the relationship between descriptive norms and behaviors: A test and extension of the theory of normative social behavior. *Health Communication*, 23, 103-116.

- Scheier, L., Lapham, S., & Baca, J. (2008). Cognitive predictors of alcohol involvement and alcohol consumption-related consequences in a sample of drunk-driving offenders. *Substance Use & Misuse, 43*, 2089-2115.
- Schultz, P. (1998). Changing behavior with normative feedback interventions: A field experiment on curbside recycling. *Basic and Applied Social Psychology, 21*, 25-36.
- Schultz, P., Nolan, J., Cialdini, R., Goldstein, N., & Griskevicius, V. (2007). The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms. *Psychological Science, 18*, 429-434.
- Settertobulte, W., Jensen, B., & Hurrelman, K. (2001). European ministerial conference on young people and alcohol. WHO, (Online). Disponível em: <http://www.euro.who.int/document/E71921.pdf>
- Skomorovsky, A., & Lee, J. (2012). Alcohol use among Canadian Forces candidates: The role of psychological health and personality. *Military Psychology, 24*, 513-528.
- Stewart, S., McGonnell, M., Wekerle, C., & Adlaf, E. (2011). Associations of personality with alcohol use behavior and alcohol problems in adolescents receiving child welfare services. *International Journal of Mental Health Addiction, 9*, 492-506.
- Sullivan, M., & Wodarski, J. (2004). Rating college students substance abuse: A systematic literature review. *Brief Treatment and Crisis Intervention, 4*, 71-91.
- Tropp, L., & Wright, S. (2001). Ingroup identification as the inclusion of ingroup in the self. *Personality and Social Psychology Bulletin, 27*, 585-600.
- Vala, J., Lopes, D., & Lima, M. (2008). Back immigrants in Portugal: Luso-tropicalism and prejudice. *Journal of Social Issues, 64*, 287-302.
- Verkooijen, K., de Vries, N., & Nielsen, G. (2007). Youth crowds and substance use: The impact of perceived group norm and multiple group identification. *Psychology of Addictive Behaviors, 21*, 55-61.
- Windle, M. (2003). Alcohol use among adolescents and young adults. *Alcohol Research and Health*, (Online). Disponível em: <http://pubs.niaaa.nih.gov/publications/arh27-1/79-86.htm>.
- World Health Organization. (2010). *International statistical classification of diseases and related health problems*. (10th revision). Geneva: World Health Organization.
- World Health Organization. (2011). *Global status report on alcohol and health*. Geneva: World Health Organization.

Anexo A

Listagem exhaustiva de todos os cursos representados na amostra

Curso	N.º de Participantes
Agronomia	1
Análises Clínicas e Saúde Pública	9
Anatomia Patológica, Citológica e Tanatológica	11
Antropologia	14
Astronomia	2
Biologia	1
Cardiopneumologia	8
Ciências	1
Ciências da Educação	1
Ciências da Informação e da Documentação	2
Ciências da Nutrição	22
Ciências do Desporto	14
Ciências Farmacêuticas	17
Ciências Sociais	1
Cinema	1
Dança	1
Design	1
Dietética e Nutrição	16
Direito	1
Enfermagem	16
Engenharia e Gestão Industrial	1
Engenharia Florestal e dos Recursos Naturais	1
Ergonomia	1
Física	3
Fisioterapia	15
Geofísicas	1
Gestão	5
Informática	1
Teatro	1
Medicina	3
Medicina Nuclear	7
Micro e Nanotecnologias	1
Música	1
Ortóprotesia	2
Ortóptica	15
Psicologia	40
Radiologia	5
Radioterapia	14
Reabilitação Psicomotora	8
Saúde	2
Saúde Ambiental	11
Tecnologias da Comunicação Audiovisual	1
Não responderam	8

Anexo B

Listagem de todos os estabelecimentos de ensino abrangidos na amostra.

Estabelecimento de Ensino	N.º de Participantes
Escola Superior de Tecnologias da Saúde de Lisboa	45
Escola Superior de Enfermagem de São João de Cluny	1
Escola Superior de Música e das Artes do Espectáculo	2
Escola Superior de Saúde da Cruz Vermelha Portuguesa	3
Faculdade de Ciências da Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa	1
Faculdade de Ciência da Universidade de Lisboa	1
Faculdade de Ciência da Nutrição e da Alimentação da Universidade do Porto	17
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa	2
Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa	1
Faculdade de Motricidade Humana	7
Instituto Superior de Agronomia	1
Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes – Grupo Lusófona	1
ISCTE-IUL	37
RESTART	1
Universidade Aberta	1
Universidade da Beira Interior	1
Universidade de Coimbra	1
Universidade de Évora	1
Universidade de Lisboa	1
Universidade do Porto	7
Universidade Nova de Lisboa	3
Universidade Técnica de Lisboa	3
Não responderam	148

Anexo C

Listagem das zonas do país onde os participantes se encontram a estudar.

Zona do País	N.º de Participantes
Castelo Branco	1
Coimbra	2
Évora	1
Faro	1
Lisboa	234
Porto	34
Santarém	1
Setúbal	4
Madeira	8
Não responderam	1